

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSYAH.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II : LANDASAN TEORI.....	10
A. DESKRIPSI TEORI.....	10
1. Theory Planned of Behavior.....	10
2. Harga.....	11
a. Definisi Harga.....	11
b. Dimensi Harga	12
c. Tujuan Penetapan Harga.....	13
d. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	13
e. Harga Perspektif Islam	14
3. Kepercayaan Konsumen	16
a. Definisi Kepercayaan Konsumen.....	16
b. Dimensi Kepercayaan Konsumen	16
c. Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	17
d. Kepercayaan Perspektif Islam.....	17
4. Islamic Branding	18
a. Definisi Islamic Branding.....	18
b. Klasifikasi Islamic Branding.....	20
c. Brand terhadap Keputusan Pembelian.....	21
5. Keputusan Pembelian	22

a.	Definisi Keputusan Pembelian	22
b.	Dimensi Keputusan Pembelian	22
c.	Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	23
d.	Proses Keputusan Pembelian	23
e.	Keputusan Pembelian Perspektif Islam	25
B.	PENELITIAN TERDAHULU	26
C.	KERANGKA BERFIKIR	30
D.	HIPOTESIS	30
BAB III :	METODE PENELITIAN	33
A.	Jenis dan Pendekatan	33
B.	Populasi dan Sampel	33
C.	Identifikasi Variabel	35
D.	Definisi Operasional Variabel	35
E.	Uji Validitas dan Reliabilitas Konsumen	37
F.	Teknik Pengumpulan Data	38
G.	Teknik Analisis Data	40
1.	Uji Asumsi Klasik	40
2.	Uji Hipotesis	42
BAB IV :	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A.	Hasil Penelitian	44
1.	Gambaran Objek Penelitian	44
2.	Gambaran Umum Responden	46
a.	Jenis Kelamin Responden	47
b.	Usia Responden	47
c.	Pekerjaan Responden	48
d.	Pengeluaran (Perbulan)	48
e.	Lama penggunaan Shopee	49
3.	Gambaran Umum Jawaban Responden	49
4.	Analisis Data	54
a.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	54
5.	Hasil Uji Asumsi Klasik	57
a.	Uji Normalitas	57
b.	Uji Multikolinearitas	59
c.	Uji Heteroskedastisitas	59
6.	Pengujian Hipotesis	61
a.	Analisis Regresi Linear Berganda	61
b.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	63
c.	Uji F (Uji Simultan)	63
d.	Uji T (Uji Parsial)	64

B. Pembahasan	66
1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi Shopee Masyarakat Muslim Kecamatan Jekulo.	66
2. Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi Shopee Masyarakat Muslim Kecamatan Jekulo.	68
3. Pengaruh Islamic Branding terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi Shopee Masyarakat Muslim Kecamatan Jekulo.	69
BAB V : PENUTUP.....	71
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1	Definisi Operasional Variabel	35
Tabel 4. 1	Jenis Kelamin Responden.....	47
Tabel 4. 2	Usia Responden	47
Tabel 4. 3	Pekerjaan Responden	48
Tabel 4. 4	Pengeluaran Responden	48
Tabel 4. 5	Lama Responden Menggunakan Shopee.....	49
Tabel 4. 6	Jawaban Responden Variabel Harga.....	49
Tabel 4. 7	Jawaban Responden Variabel Kepercayaan Konsumen.....	51
Tabel 4. 8	Jawaban Responden Variabel Islamic Branding.....	52
Tabel 4. 9	Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	53
Tabel 4. 10	Hasil Uji Validitas Variabel Harga	55
Tabel 4. 11	Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Konsumen	55
Tabel 4. 12	Hasil Uji Validitas Variabel Islamic Branding	56
Tabel 4. 13	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	56
Tabel 4. 14	Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4. 15	Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov- Smirnov Test.....	58
Tabel 4. 16	Hasil Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4. 17	Hasil Uji Heteroskedastisitas Uji Glejser	60
Tabel 4. 18	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	62
Tabel 4. 19	Hasil Koefisien Determinasi.....	63
Tabel 4. 20	Hasil Uji F (Uji Simultan)	64
Tabel 4. 21	Hasil Uji T (Uji Parsial).....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Top Aplikasi E-Commerce di Indonesia serta Asia Tenggara Kuartal 3 Tahun 2019.....	2
Gambar 1. 2	Pra Riset dengan Google Form	3
Gambar 2. 1	Kerangka Berfikir	30
Gambar 4. 1	Logo Shopee	44
Gambar 4. 2	Unduhan Shopee di Google Play Store.....	45
Gambar 4. 3	Tampilan Awal Shopee.....	46
Gambar 4. 4	Uji Heteroskedastisitas P-Plot.....	58
Gambar 4. 5	Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.....	61

