

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	11
1. Teori Sosial.....	11
2. Teori Perilaku Konsumen	11
3. Teori Deontologi.....	11
4. Keputusan Pembelian	12
5. Lingkungan Sosial	16
6. Psikologi Konsumen.....	18
7. <i>Islamic Adertising Ethics</i>	22
B. Penelitian Terdahulu	27
C. Kerangka Berpikir.....	30
D. Hipotesis Penelitian	32
BAB III: METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	36
B. <i>Setting</i> Penelitian	36
C. Populasi dan Sample	36
D. Desain dan Definisi Operasional Perusahaan.....	37
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	43
F. Teknik Pengumpulan Data	46
G. Teknik Analisis Data	47

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	49
1. Gambaran Objek Penelitian	49
2. Analisis Data	50
B. Uji Asumsi Klasik.....	59
C. Teknik Analisis Data	62
D. Pembahasan	65

BAB V: PENUTUP

A. Kesimpulan.....	69
B. Keterbatasan Penelitian.....	69
C. Saran-saran	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Indikator Penelitian	39
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Instrumen	43
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	44
Tabel 3.4 Skala Penilaian Penelitian	47
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	50
Tabel 4.2 Alamat Responden	51
Tabel 4.3 Usia Responden	51
Tabel 4.4 Status Responden	52
Tabel 4.5 Penghasilan Responden	53
Tabel 4.6 Frekuensi Variabel Lingkungan Sosial	54
Tabel 4.7 Frekuensi Variabel Psikologi Konsumen	55
Tabel 4.8 Frekuensi Variabel <i>Islamic Advertising Ethics</i>	57
Tabel 4.9 Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian <i>Online</i>	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	62
Tabel 4.14 Hasil Uji T	63
Tabel 4.15 Hasil Uji F	64
Tabel 4.16 Hasil Uji R^2	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proyeksi Pengguna Internet di Indonesia 2017-2023 2

Gambar 1.2 Nilai Transaksi Tokopedia, Bukalapak dan Shopee
2014-2023 4

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian 14

Gambar 2.2 Hierarki Kebutuhan Maslow 19

Gambar 2.3 Kerangka Berfikir 31

Gambar 4.1 Logo Tokopedia 49

