

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN BIMBINGAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Deskripsi Teori	11
1. <i>Theory Of Reasoned Action (TRA)</i>	11
2. Sistem Pembayaran	12
3. Pengertian <i>Flash Sale, Paylater, Voucher, dan Cash On Delivery</i>	12
a. <i>Flash Sale</i>	12
b. <i>Paylater</i>	14
c. <i>Voucher</i>	15
d. <i>Cash On Delivery (COD)</i>	16
4. Inovasi Produk	18
5. Tujuan Etika Wirausaha	19
6. Prinsip-prinsip Akhlak Umat Islam Dalam Berbisnis	20
7. Minat Beli Dalam Prespektif Islam	23
8. <i>Marketplace</i>	26
9. <i>Shopee</i>	26
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Berfikir	31
D. Hipotesis	32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
A. Jenis dan Pendekatan	35
B. Populasi dan Sampel	35
C. Identifikasi Variabel	37
1. Variabel Independen	37
2. Variabel Dependen	37
D. Definisi Variabel Operasional	38
E. Teknik Pengumpulan data	43
F. Analisis Data	43
1. Uji Validitas	43
2. Uji Reliabilitas	44
G. Uji Asumsi Klasik	44
1. Uji Normalitas	44
2. Uji Multikolinieritas	44
3. Uji Heterokedastisitas	44
H. Teknik Analisis Data	45
1. Analisis Regresi Berganda	45
2. Koefisien Determinasi	45
3. Uji Statistik F	46
4. Uji Statistik T	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A. Hasil Penelitian	47
1. Gambaran Obyek Penelitian	47
a. Sejarah Shopee	47
2. Gambaran Umum Responden	48
a. Gambaran Umum Jenis Kelamin Responden	49
b. Gambaran Usia Responden	49
c. Gambaran Umum Kecamatan Responden	50
3. Gambaran Umum Jawaban Responden	50
a. Gambaran Umum jawaban Responden Pada Variabel <i>Voucher</i>	51
b. Gambaran Umum Jawaban Responden pada Variabel <i>Paylater</i>	52
c. Gambaran Umum Jawaban Responden pada Variabel <i>Flash Sale</i>	54
d. Gambaran Umum Jawaban Responden Pada Variabel COD	55
e. Gambaran Umum Jawaban Responden Pada Minat Beli	56

4. Hasil uji Analisis Data	57
a. Uji Validitas	57
b. Uji Reliabilitas	60
5. Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik	60
a. Uji Normalitas	60
b. Uji Multikolineritas	62
c. Uji Heterokedastisitas	63
6. Uji Analisis Statistik	63
a. Hasil Analisis Regresi Berganda	63
b. Koefisien Determinasi	65
c. Uji F	66
d. Uji T	67
B. Pembahasan	69
1. Pengaruh <i>Voucher</i> Terhadap Minat Beli	69
2. Pengaruh <i>Paylater</i> Terhadap Minat Beli	70
3. Pengaruh <i>Flash Sale</i> Terhadap Minat Beli	71
4. Pengaruh <i>Cash On Delivery</i> (COD) Terhadap Minat Beli	71
5. Minat Beli Dalam Prespektif Islam	72
BAB V PENUTUP	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Research Gap Minat Beli Konsumen	6
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	38
Tabel 3.2	Skala Likert	43
Tabel 4.1	enis Kelamin Responden	49
Tabel 4.2	Usia Responden	49
Tabel 4.3	Wilayah Kecamatan Responden	50
Tabel 4.4	Frekuensi Variabel <i>Voucher</i>	51
Tabel 4.5	Frekuensi Variabel <i>Paylater</i>	52
Tabel 4.6	Frekuensi Variabel <i>Flash Sale</i>	54
Tabel 4.7	Frekuensi Variabel <i>Cash On Delivery (COD)</i>	55
Tabel 4.8	Frekuensi Variabel Minat Beli	56
Tabel 4.9	Uji Validitas Variabel <i>Voucher</i>	58
Tabel 4.10	Uji Validitas Variabel <i>Paylater</i>	58
Tabel 4.11	Uji Validitas Variabel <i>Flash Sale</i>	59
Tabel 4.12	Uji Validitas Variabel COD	59
Tabel 4.13	Uji Validitas Variabel Minat Beli	60
Tabel 4.14	Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.15	Uji Normalitas	62
Tabel 4.16	Uji Multikolineritas	62
Tabel 4.17	Hasil Analisis Regresi Berganda	64
Tabel 4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi	66
Tabel 4.19	Hasil Uji F.....	66
Tabel 4.20	Hasil Uji T	68

DAFTAR GAMBAR

Tabel 2.1	Kerangka Berpikir	31
Tabel 4.1	Tampilan Aplikasi Shopee	48
Tabel 4.2	Uji Heterokedastisitas	63

