

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| 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 | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 9 |
| C. Tujuan Penelitian | 10 |
| D. Manfaat Penelitian | 10 |
| E. Sistematika Penulisan | 11 |
| BAB II LANDASAN TEORI | |
| A. Deskripsi Teori | 12 |
| 1. <i>Theory of Planned Behavior</i> (Teori Perilaku Terencana)..... | 12 |
| 2. <i>E-Commerce</i> | 13 |
| a. Definisi <i>E-Commerce</i> | 13 |
| b. Jenis – Jenis <i>E-Commerce</i> | 15 |
| 3. Kemudahan (<i>Ease of Use</i>) | 16 |
| a. Definisi Kemudahan | 16 |
| b. Indikator Kemudahan..... | 17 |
| 4. Citra Merek (<i>Brand Image</i>) | 18 |
| a. Definisi <i>Brand Image</i> | 18 |
| b. Indikator <i>Brand image</i> | 19 |
| c. Faktor Pembentuk <i>Brand Image</i> (citra merek). | 20 |
| d. <i>Brand Image</i> (Citra Merek) menurut Perspektif Islam | 21 |
| 5. <i>Celebrity Endorser</i> | 22 |
| a. Definisi <i>Celebrity Endorser</i> | 22 |
| b. Indikator <i>Celebrity Endorser</i> | 22 |
| c. Peran <i>Celebrity Endorser</i> | 23 |
| 6. Keputusan Pembelian | 24 |
| a. Definisi Keputusan Pembelian | 24 |

| | | |
|--|---|----|
| b. | Proses Keputusan Pembelian | 24 |
| c. | Indikator Keputusan Pembelian | 25 |
| d. | Keputusan Pembelian dalam Perspektif Islam . | 26 |
| B. | Penelitian Terdahulu | 27 |
| C. | Kerangka Berfikir | 30 |
| D. | Hipotesis | 31 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | |
| A. | Jenis dan Pendekatan | 34 |
| B. | Populasi dan Sampel | 34 |
| C. | Identifikasi Variabel..... | 36 |
| D. | Definisi Operasional Variabel..... | 36 |
| E. | Teknik Pengumpulan Data | 39 |
| F. | Uji Validitas dan Uji Reliabilitas | 39 |
| G. | Uji Asumsi Klasik..... | 40 |
| H. | Teknik Analisis Data..... | 42 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA | | |
| A. | Hasil Penelitian | 45 |
| 1. | Gambaran Umum Objek Penelitian | 45 |
| 2. | Gambaran Umum Responden..... | 47 |
| 3. | Gambaran Umum Jawaban Responden | 51 |
| 4. | Hasil Uji Instrumen Data..... | 56 |
| 5. | Hasil Uji Asumsi Klasik..... | 58 |
| 6. | Hasil Uji Analisis Statistik | 60 |
| B. | Pembahasan | 50 |
| 1. | Pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa IAIN Kudus angkatan 2019-2020 Pengguna Aplikasi Shopee | 64 |
| 2. | Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa IAIN Kudus Pengguna Aplikasi Shopee..... | 65 |
| 3. | Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa IAIN Kudus Pengguna Aplikasi Shopee..... | 66 |
| BAB V PENUTUP | | |
| A. | Kesimpulan | 69 |
| B. | Saran | 70 |
| DAFTAR PUSTAKA | | |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | | |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 27 |
| Tabel 3.1 Tabel Populasi | 34 |
| Tabel 3.2 Definisi Operasional | 36 |
| Tabel 3.3 Skor Skala <i>Likert</i> | 39 |
| Tabel 4.1 Gambaran Umum Jenis Kelamin Responden | 48 |
| Tabel 4.2 Gambaran Umum Asal Daerah Responden | 48 |
| Tabel 4.3 Gambaran Umum Tahun Angkatan Responden | 49 |
| Tabel 4.4 Gambaran Umum Fakultas Responden | 50 |
| Tabel 4.5 Gambaran Umum Pendapatan/Uang Saku Responden ... | 50 |
| Tabel 4.6 Gambaran Umum Lama Penggunaan Responden..... | 51 |
| Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Variabel Kemudahan..... | 52 |
| Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden <i>Brand Image</i> | 53 |
| Tabel 4.9 Hasil Jawaban Responden <i>Celebrity Endorser</i> | 54 |
| Tabel 4.10 Hasil Jawaban Responden Keputusan Pembelian | 55 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Instrumen | 57 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen | 58 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas One Sample Kolmogorof- Smirnov | 59 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas | 59 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Uji Glejser | 60 |
| Tabel 4.16 Hasil Regresi Linier Berganda..... | 60 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R ²)..... | 62 |
| Tabel 4.18 Hasil Uji Parameter Simultan (Uji F) | 62 |
| Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis (Uji T) | 63 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|------------|--|----|
| Gambar 1.1 | Pengunjung Web Bulanan Terbanyak | 4 |
| Gambar 1.2 | Pengunjung Web Bulanan Terbanyak | 5 |
| Gambar 2.1 | Kerangka Berfikir | 30 |
| Gambar 4.1 | Logo Shopee..... | 46 |

