

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANLITERASI ARAB LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Penulisan	10
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	12
1. Grand Teori	12
2. E-commerce	14
3. Marketplace	15
4. Online Customer Review	16
5. Online Customer Rating	21
6. Online Customer Review dan Rating Dalam Pandangan Islam	23
7. Keputusan Pembelian	24
8. Indikator dan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	27
8. Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Islam	31
9. E-Commerce dalam Perspektif Islam	31
B. Penelitian Terdahulu	38
C. Kerangka Berfikir	48
D. Hipotesis	48
1. Hubungan Antar Variabel Penelitian	49
2. Hipotesis Penelitian	51
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan	53
B. Populasi dan Sampel	53

C. Identifikasi Variabel	55
D. Desain dan Definisi Operasional Variabel.....	56
E. Teknik Pengumpulan Data	58
E. Jenis dan Sumber Data.....	59
F. Teknik Analisis Data	59
BAB IV PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	64
1. Gambaran Objek Penelitian.....	64
2. Deskripsi Responden	65
3. Deskripsi Jawaban Responden	67
4. Analisis Data	76
B. Pembahasan dan Analisis	89
1. Analisis Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee Studi mahasiswa IAIN Kudus Prodi Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2018-2020.....	90
2. Analisis Pengaruh Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee Studi mahasiswa IAIN Kudus Prodi Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2018-2020.....	92
3. Analisis Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee Studi mahasiswa IAIN Kudus Prodi Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2018-2020 Secara Simultan.....	94
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	98
B. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	48
Gambar 2. 2 Hipotesis H1	51
Gambar 2. 3 Hipotesis H2	51
Gambar 2. 4 Hipotesis H3	52
Gambar 4. 1 Logo Shopee	64
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas P-Plot	80
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Histogram	81



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel 3. 1 Jumlah Mahasiswa 2018-2020	56
Tabel 3. 2 Definisi Operasional	65
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	66
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Menurut Usia	66
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Menurut Angkatan	67
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Menurut Frekuensi Pembelian	68
Tabel 4. 5 Deskripsi jawaban responden online customer review (x1)	70
Tabel 4.6 Deskripsi jawaban responden variabel online customer rating (X2).....	73
Tabel 4.7 Deskripsi jawaban responden variabel keputusan pembelian (Y).....	76
Tabel 4. 8 Hasil uji validitas instrument.....	78
Tabel 4. 9 Hasil uji reliabilitas instrument	79
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas Menggunakan One-Sampel Kolmogorov-Smirnov.....	83
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas Berdasarkan Nilai Tolerance dan VIF.....	84
Tabel 4. 12 Hasil Uji Linier Berganda	86
Tabel 4. 13 Nilai Hasil Uji F Simultan.....	87
Tabel 4. 14 Nilai Hasil Uji T Parsial	89
Tabel 4. 15 Nilai Hasil Uji Koefisien Determinasi R.....	89