

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSYAH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN ABSTRAK	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	8
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	9
F. Sistematika Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Kajian Teori.....	12
1. Perilaku Pembelian Konsumen.....	12
2. Pengertian Persepsi Konsumen.....	18
3. Pengertian Pemasaran.....	20
4. Hukum Jual Beli dalam Islam.....	28
5. Pengertian tentang Bisnis Online.....	31
6. Bisnis Online Shopee	37
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	40
C. Kerangka Berfikir	44
D. Pertanyaan Penelitian.....	46
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	40
B. Setting Penelitian	42
C. Subyek Penelitian	42
D. Sumber Data	43

E. Teknik Pengumpulan Data.....	44
F. Uji Keabsahan Data	46
G. Teknik Analisis Data.....	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian.....	52
1. Gambaran Tentang Aplikasi Shopee	52
a. Profil dan sejarah shopee.....	52
b. Kelebihan dan kekurangan shopee	54
c. Cara berbelanja di shopee.....	55
2. Gambaran Mahasiswa Manajemen Bisnis Syaria`ah.....	56
a. Profil mahasiswa manajemen bisnis syari`ah.....	56
b. Visi, misi dan tujuan Manajemen Bisnis Syaria`ah	58
B. Deskripsi Data Penelitian	59
1. Faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa manajemen bisnis syariah angkatan 2016 dalam berbelanja online melalui <i>marketplace shopee</i>	59
2. Faktor utama yang menjadi alasan Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2016 dalam berbelanja online melalui <i>markerplace shopee</i>	63
C. Analisis Data Penelitian	66
1. Analisis Faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa manajemen bisnis syariah angkatan 2016 dalam berbelanja online melalui <i>marketplace shopee</i>	66
2. Analisis faktor utama yang menjadi alasan Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2016 dalam berbelanja online melalui <i>markerplace shopee</i>	69

BAB V PENUTUP

A. Simpulan.....	72
B. Saran	72
C. Penutup	74

**DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN PENELITI
LAMPIRAN-LAMPIRAN**



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Presentase pengguna Internet dalam beberapa perangkat 3

Tabel 2.1 : Persentase Pengguna Internet yang Pernah melakukan Pembelian Secara Online..... 38

Tabel 2.2 : Penerapan CFDS (Consumer Fading Digital Strategy 39

Tabel 3.1 : Data Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah yang berbelanja online melalui aplikasi shopee Angkatan 2019 44

Tabel 4.1 :Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Informan dalam Berbelanja Online Melalui Marketplace Shopee.....62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Model Perilaku Konsumen	14
Gambar 2.2: Jenis – Jenis Keputusan Pembelian Konsumen	16
Gambar 2.3 : Proses Keputusan Pembelian	17
Gambar 2.4 : Proses Perseptual (Proses Persepsi	18
Gambar 2.5 : Bagan Kerangka Berpikir	46
Gambar 4.1 : Logo Shopee.....	52
Gambar 4.2 : Pemilik Shopee.....	53

