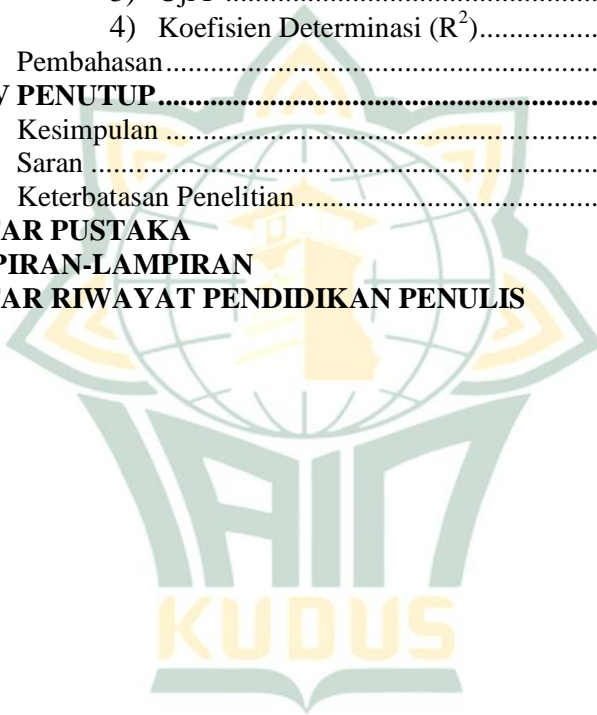


**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>10</b>
A. Deskripsi Teori .....	10
1. Promo Gratis Ongkos Kirim .....	10
a. Konsep Promosi Menurut Perspektif Islam .....	10
b. Promosi .....	13
c. Sales Promotion .....	14
d. Indikator Promo Gratis Ongkos Kirim .....	16
e. Ongkos Kirim .....	10
2. <i>Online Customer Review</i> .....	18
a. Pengertian <i>Online Customer Review</i> .....	18
b. <i>Online Customer Review</i> Menurut Perspektif Islam. ....	18
c. Indikator <i>Online Customer Review</i> .....	20
3. Persepsi Risiko .....	21
a. Pengertian Persepsi Risiko .....	21
b. Persepsi Risiko dalam Perspektif Islam .....	22
c. Indikator Persepsi Risiko .....	24
d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Risiko . ....	25
4. Keputusan Pembelian .....	26
a. Pengertian Keputusan Pembelian .....	26

b.	Proses Keputusan Pembelian .....	27
c.	Indikator Keputusan Pembelian .....	29
d.	Keputusan Pembelian dalam Perspektif Islam .....	29
5.	<i>E-Commerce</i> .....	30
a.	Pengertian <i>E-Commerce</i> .....	30
b.	Konsep <i>E-Commerce</i> .....	31
c.	Model Bisnis <i>E-Commerce</i> .....	33
d.	<i>E-commerce</i> dalam Perspektif Islam .....	35
B.	Penelitian Terdahulu.....	38
C.	Kerangka Berfikir.....	40
D.	Hipotesis.....	41
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
A.	Jenis dan Pendekatan.....	42
B.	Populasi dan Sampel .....	42
C.	Identifikasi Variabel .....	46
D.	Variabel Operasional .....	47
E.	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	49
1.	Uji Validitas .....	49
2.	Uji Reliabilitas.....	49
F.	Teknik Pengumpulan Data .....	50
G.	Teknik Analisis Data .....	51
1.	Uji Asumsi Klasik .....	51
a.	Uji Multikolinieritas.....	52
b.	Uji Normalitas.....	53
c.	Uji Heteroskedastisitas.....	53
2.	Pengujian Hipotesis .....	54
a.	Analisis Regresi Linier Berganda .....	54
b.	Uji t.....	55
c.	Uji F.....	56
d.	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	56
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>58</b>
A.	Hasil Penelitian .....	58
1.	Gambaran Obyek Penelitian .....	58
a.	Profil Shopee .....	58
b.	Karakteristik Responden .....	59
c.	Deskriptif Variabel Penelitian .....	62
2.	Analisis Data .....	67
a.	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	67
1)	Uji Validitas .....	67
2)	Uji Reliabilitas.....	69

b. Uji Asumsi Klasik.....	70
1) Uji Multikolinearitas .....	70
2) Uji Normalitas .....	71
3) Uji Heteroskedastisitas .....	72
c. Pengujian Hipotesis .....	73
1) Analisis Regresi Linier Berganda .....	73
2) Uji t .....	75
3) Uji F .....	77
4) Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	78
B. Pembahasan.....	79
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>87</b>
A. Kesimpulan .....	87
B. Saran .....	88
C. Keterbatasan Penelitian .....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN PENULIS</b>	



**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Pengunjung Shopee di Indonesia .....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 3.1 Data Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2016 .....	34
Tabel 3.2 Desain dan Definisi Operasional Variabel .....	35
Tabel 3.3 Skala Pengukuran .....	39
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	45
Tabel 4.2 Umur Responden .....	46
Tabel 4.3 Pendapatan/Uang Saku Responden .....	46
Tabel 4.4 Frekuensi Belanja Responden .....	46
Tabel 4.5 Hasil Skor Kuesioner .....	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Instrumen .....	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen .....	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas .....	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas .....	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	57



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian Pelanggan ..... 21  
Gambar 2.2 Kerangka Konsep Penelitian ..... 32  
Gambar 4.1 Logo Shopee ..... 44

