

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	9
1. Manajemen Pemasaran	10
2. <i>E- Commerce</i>	10
a. Definisi <i>e- commerce</i>	10
b. Jenis – jenis <i>e- commerce</i>	11
c. Komponen <i>e- commerce</i>	12
3. Pembelian Online dalam Islam	13
4. Minat Beli	14
a. Definisi Minat Beli	14
b. Indikator Minat Beli	16
c. Minat Beli Menurut Islam.....	16
5. Harga	18
a. Definisi Harga	18
b. Tujuan Penetapan Harga	20
c. Faktor- faktor yang Mempengaruhi Harga	20
d. Harga Menurut Pandangan Islam ...	21
e. Indikator Harga	22

6. <i>Customer Review Online</i>	23
a. Definisi <i>Customer Review Online</i> ..	23
b. Indikator <i>Customer Review Online</i>	25
7. Rating	26
a. Definisi Rating	26
b. Indikator Rating	28
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Kerangka Berpikir	34
D. Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	39
B. Populasi dan Sampel	39
C. Identifikasi Variabel	40
D. Definisi Operasional	41
E. Teknik Pengumpulan Data	44
F. Teknik Analisis Data.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	52
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	52
a. Sejarah Lazada	52
b. Profil Lazada.....	53
c. Visi dan Misi Lazada	54
d. Metode Bisnis Toko Online Lazada.....	54
e. Metode Pembayaran.....	55
2. Deskripsi Data.....	56
a. Gambaran Umum Responden	56
b. Deskripsi Hasil Data Penelitian.....	59
c. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas .	65
d. Teknik Analisis Data.....	67
1) Uji Asumsi Klasik	67
2) Hasil Analisis Data.....	71
B. Pembahasan	77
1. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli	77
2. Pengaruh <i>Customer Review Online</i> Terhadap Minat Beli	78
3. Pengaruh Rating Terhadap Minat Beli.....	79

4. Pengaruh Harga, <i>Customer Review Online</i> dan Rating Terhadap Minat Beli.....	79
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	81
B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional	41
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/ Uang Saku.....	58
Tabel 4.4 Karakteristik Pengguna Lazada.....	59
Tabel 4.5 Frekuensi Harga	59
Tabel 4.6 Frekuensi <i>Customer Review Online</i>	61
Tabel 4.7 Frekuensi Rating	62
Tabel 4.8 Frekuensi Minat Beli.....	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	68
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi	69
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	70
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	71
Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis regresi linear berganda.....	72
Tabel 4.16 Hasil Uji t	74
Tabel 4.17 Hasil Uji F	76
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Determinasi	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik <i>E- Commerce</i>	4
Gambar 1.2 Data Pengunjung <i>E- Commerce</i>	5
Gambar 2.1 Skala Penilaian Rating di Lazada	26
Gambar 4.1 Logo Lazada	53

