

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORITIS	
A. Deskripsi Teori	8
1. Teori Repurchase	8
a. Deskripsi Teori Repurchase	8
b. Indikator Repurchase	9
2. E- Service Quality	10
a. Pengertian E- Service Quality	10
b. Indikator E- Service Quality.....	10
3. Harga	11
a. Pengertian Harga.....	11
b. Indikator Harga	12
4. Islamic Business Ethics	12
a. Pengertian Islamic Business Ethics	12
b. Indikator Islamic Business Ethics	13
B. Penelitian Terdahulu	14
C. Kerangka Berfikir	18
D. Hipotesis Penelitian	19

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan	22
B. Setting Penelitian	22
C. Populasi dan Sampel	23
1. Populasi	23
2. Sampel	24
D. Desain Dan Definisi Operasional Variabel	25
1. Variabel Penelitian	25
a. Variabel Independen	25
b. Variabel Dependen	25
2. Definisi Operasional Variabel	26
E. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen	30
1. Uji Validitas	31
2. Uji Reliabilitas	32
F. Teknik Pengumpulan Data	32
G. Teknik Analisis Data	33
1. Uji Asumsi Klasik	33
a. Uji Normalitas	33
b. Uji Linearitas	34
c. Uji Multikoleniaritas	35
d. Uji Heterokedastisitas	36
2. Uji Hipotesis	36
a. Uji R ²	36
b. Uji F	37
c. Uji t	37

BAB IV ANALISIS DATA

A. Deskripsi Objek Penelitian	39
B. Statistif Deskriptif	40
1. Jenis Kelamin	40
2. Usia	41
3. Pendapatan	41
4. Status	42
C. Hasil Uji Instrumen	42
1. Uji Validitas Dan Reliabilitas Konsumen	42
a. Uji Validitas	42
b. Uji Reliabilitas	44
2. Uji Asumsi Klasik	45
a. Uji Normalitas	45
b. Uji Linearitas	46
c. Uji Multikolenieritas	47

d. Uji Heterokedastisitas	47
3. Uji Hipotesis	48
a. Uji R2	48
b. Uji F	49
c. Uji t	49
D. Analisis Hasil Penelitian	50
1. E- Service Quality	50
2. Harga	51
3. Islamic Business Ethics	51
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	55
B. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.2 Pengunjung bulanan marketplace.....	2
Tabel 2.2 Penelitian terdahulu tentang e- service quality.....	16
Tabel 2.3 Penelitian terdahulu tentang harga	17
Tabel 3.1 Variabel dan indikator penelitian	26
Tabel 4.1 Hasil kuesioner e- service quality	43
Tabel 4.2Hasil kuesioner content marketing	44
Tabel 4.3 Hasi; kuesioner Islamic business ethics	45
Tabel 4.4 Uji validitas non responden	45
Tabel 4.5 Uji validitas responden	46
Tabel 4.6 Uji reliabilitas non responden	46
Tabel 4.7 Uji reliabilitas responden	47
Tabel 4.8 Hasil uji normalitas	48
Tabel 4.9 Hasil uji linearitas	49
Tabel 4.10 Hasil ujii multikolenieritas	49
Tabel 4.11 Hasil uji heterokedastisitas	50
Tabel 4.12 Hasil uji R2	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka berfikir	19
Gambar 4.1 Jenis kelamin	40
Gambar 4.2 Usia responden	41
Gambar 4.3 Pendapatan perbulan	41
Gambar 4.4 Status responden	42

