

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR DIAGRAM.....	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan penelitian	8
D. Manfaat penelitian	8
E. Sistematika penulisan.....	8
BAB II: LANDASAN TEORI	
A. DESKRIPSI TEORI.....	10
1. Manajemen Pemasaran.....	10
2. Pengertian Pemasaran	11
3. Strategi Pemasaran.....	12
4. Komunikasi Pemasaran.....	13
5. Bauran Pemasaran.....	14
6. Perilaku Konsumen.....	15
7. <i>E – Commerce</i>	16
8. <i>E- WOM</i>	16
9. <i>Rating</i>	19
a. Pengertian <i>Rating</i>	19
b. <i>Rating</i> dalam Perspektif Islam	21
10. Ulasan Pelanggan.....	22
a. Pengertian Ulasan Pelanggan.....	22
b. Ulasan Pelanggan dalam Perspektif Islam.....	24
11. Dimensi <i>Rating</i> Ulasan Pelanggan dalam Perspektif Islam	25
12. Keputusan Pembelian	28
13. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian... ..	29
14. Proses Keputusan Pembelian.....	31
15. Indikator Keputusan Pembelian.....	31

16. Keputusan Pembelian dalam Pandangan Islam	32
B. Hasil Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Berpikir	36
D. Hipotesis	36
BAB III: Metode Penelitian	
A. Jenis dan Pendekatan	39
B. Populasi dan Sampel	40
1. Populasi	40
2. Sampel	40
C. Identifikasi Variabel	41
D. Variabel Operasional	42
E. Teknik Pengumpulan Data	43
F. Uji Instrumen	45
1. Uji Validitas	45
2. Uji Reliabilitas	46
G. Teknik Analisis Data	46
1. Uji Asumsi Klasik	46
a. Uji Normalitas	47
b. Uji Multikolinieritas	47
c. Uji Heteroskedastisitas	47
d. Uji Autokorelasi	48
2. Analisis Regresi Linier Berganda	48
a. Uji T	49
b. Uji F	49
c. Koefisien Determinasi	50
BAB IV: Hasil dan Pembahasan	
A. Hasil Penelitian	51
1. Deskripsi Obyek Penelitian	51
a. Profil PT Shopee	51
b. Karakteristik Responden	52
2. Analisis Data	55
a. Uji Instrumen	55
1) Uji Validitas	55
2) Uji Reliabilitas	56
b. Uji Asumsi Klasik	57
1) Uji Normalitas	58
2) Uji Multikolinieritas	58
3) Uji Heteroskedastisitas	58
4) Uji Autokorelasi	58
c. Analisis Regresi Linier Berganda	58
1) Uji T	60
2) Uji F	61

3) Koefisien Determinasi.....	61
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	62
BAB V: PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 1.2. Skala Pengukuran.....	45
Tabel 1.3. Deskripsi Responden berdasarkan Umur.....	53
Tabel 1.4. Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 1.5. Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan.....	54
Tabel 1.6. Hasil Uji Validitas	56
Tabel 1.9. Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 2.2 Asumsi Klasik.....	57
Tabel 2.6 Hasil Analisis Regresi Linier Ganda	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pengunjung <i>e-commerce</i>	2
Gambar 1.2. Kerangka berpikir.....	36
Gambar 1.3. Hipotesis I.....	37
Gambar 1.4. Hipotesis II.....	38



DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1.1. Deskripsi Responden berdasarkan Usia	63
Diagram 1.2 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	64
Diagram 1.3. Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan.....	65

