

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN | iv |
| HALAMAN MOTTO | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR TABEL | ix |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| ABSTRAK | xii |
| DAFTAR ISI | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Identifikasi dan Batasan Masalah | 13 |
| C. Rumusan Masalah | 13 |
| D. Tujuan Penelitian | 14 |
| E. Hipotesis Penelitian | 15 |
| F. Kegunaan Penelitian | 15 |
| G. Penegasan Istilah | 16 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 18 |
| A. Deskripsi Teori..... | 18 |
| 1. Perilaku Konsumen Muslim..... | 18 |
| 2. Prinsip Konsumsi Muslim..... | 19 |
| 3. Batasan Konsumsi Muslim..... | 20 |
| 4. <i>e-Service Quality</i> | 22 |
| 5. <i>e-Trust</i> | 23 |
| 6. <i>e-Satisfaction</i> | 24 |
| 7. <i>e-Loyalty</i> | 27 |

| | |
|---|-----------|
| 8. <i>e-Commerce</i> | 28 |
| 9. Jual Beli <i>e-Commerce</i> dalam Perspektif Syari'ah..... | 31 |
| B. Penelitian Terdahulu..... | 34 |
| C. Kerangka Konseptual..... | 38 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 40 |
| A. Rancangan Penelitian | 40 |
| B. Variabel Penelitian | 41 |
| C. Populasi dan Sampel | 42 |
| D. Instrumen Instrumen | 43 |
| E. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data..... | 45 |
| F. Metode Analisis Data | 46 |
| 1. Uji Validitas..... | 47 |
| 2. Uji Reliabilitas | 47 |
| 3. Uji Asumsi Klasik | 48 |
| a. Uji Normalitas Data..... | 48 |
| b. Uji Multikolinieritas | 49 |
| c. Uji Heteroskedastisitas | 49 |
| 4. Analisis Regresi Linier Berganda | 49 |
| 5. Uji Hipotesis | 50 |
| a. Uji t | 50 |
| b. Uji-F | 51 |
| 6. Analisis Jalur | 51 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN | 54 |
| A. Gambaran Umum Obyek Penelitian..... | 54 |
| 1. Tokopedia... .. | 54 |
| 2. Bukalapak... .. | 60 |
| B. Gambaran Umum Responden..... | 65 |
| 1. Gender..... | 65 |
| 2. Usia..... | 66 |
| 3. Pekerjaan | 67 |

| | |
|---|------------|
| 4. Penghasilan | 67 |
| 5. Lamanya Mengakses Internet..... | 68 |
| 6. Pencarian Informasi Produk..... | 68 |
| 7. Intensitas Bertransaksi..... | 69 |
| C. Analisis Data..... | 70 |
| 1. Uji Validitas..... | 70 |
| 2. Uji Reliabilitas..... | 71 |
| 3. Uji Asumsi Klasik..... | 72 |
| a. Uji Normalitas Data..... | 72 |
| b. Uji Multikolinieritas..... | 73 |
| c. Uji Heteroskedastisitas..... | 73 |
| 4. Uji Regresi Linier Berganda..... | 74 |
| 5. Uji Hipotesis..... | 79 |
| a. Uji F_{hitung} | 79 |
| b. Uji t_{hitung} | 81 |
| 6. Analisis Jalur..... | 84 |
| 7. Koefisien Determinasi..... | 88 |
| BAB V PEMBAHASAN | 93 |
| A. <i>e-Service Quality</i> terhadap <i>e-Loyalty</i> | 93 |
| B. <i>e-Trust</i> terhadap <i>e-Loyalty</i> | 94 |
| C. <i>e-Satisfaction</i> terhadap <i>e-Loyalty</i> | 95 |
| D. <i>e-Service Quality</i> terhadap <i>e-Loyalty</i> Melalui <i>e-Satisfaction</i> ... | 96 |
| E. <i>e-Trust</i> terhadap <i>e-Loyalty</i> Melalui <i>e-Satisfaction</i> | 97 |
| BAB VI PENUTUP | 99 |
| A. Kesimpulan | 99 |
| B. Implikasi | 100 |
| C. Saran | 100 |
| DAFTAR RUJUKAN | 102 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | 107 |