

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Sampul Dalam.....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan Penguji.....	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
Abstrak.....	xvii
Abstract.....	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Kegunaan Penelitian.....	9
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	9
G. Penegasan Istilah.....	10
H. Sistematika Pembahasan.....	11

BAB II LANDASAN TEORI

A. Komitmen.....	15
B. Empati.....	16
C. Timbal Balik.....	17
D. Kepercayaan.....	18
E. Penjualan <i>Online</i>	19
F. Perilaku Konsumen	21
G. Perilaku Konsumen di Indonesia terhadap Belanja <i>Online</i>	22
H. Kepuasan Konsumen	23
I. Jual Beli <i>Online</i> menurut Islam.....	27
J. Kajian Penelitian Terdahulu	29
K. Kerangka Konseptual.....	34
L. Hipotesis.....	35

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	37
1. Pendekatan Penelitian.....	37
2. Jenis Penelitian.....	37
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	38
1. Populasi Penelitian.....	38
2. Sampel Penelitian.....	38
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran.....	39
1. Sumber Data.....	39
2. Variabel.....	40
3. Skala Pengukuran.....	40
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	41
1. Teknik Pengumpulan Data.....	41
2. Instrumen Penelitian.....	42
E. Analisis Data.....	44
1. Uji Validitas.....	44

2. Uji Reliabilitas.....	45
3. Uji Normalitas.....	45
4. Uji Asumsi Klasik.....	45
5. Uji Regresi Linier Berganda	46
6. Uji Hipotesis.....	47

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kabupaten Tulungagung.....	49
B. Deskripsi Responden.....	51
C. Deskripsi Variabel.....	54
D. Pengujian Hipotesis.....	58
1. Uji Validitas.....	58
2. Uji Reliabilitas.....	60
3. Uji Normalitas.....	63
4. Uji Asumsi Klasik.....	64
5. Uji Regresi Linear Berganda.....	67
6. Uji Hipotesis.....	68

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh Komitmen terhadap Kepuasan Konsumen.....	72
B. Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Konsumen.....	73
C. Pengaruh Timbal Balik terhadap Kepuasan Konsumen.....	75
D. Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen.....	76

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan.....	78
B. Saran.....	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN