

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Latar.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak	xv
Abstract	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Batasan Masalah.....	12
F. Penegasan Istilah.....	13
G. Sistematika Penulisan Skripsi	16
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Harga.....	17

B. Promosi	26
C. Kemudahan	39
D. Keputusan Pembelian.....	44
E. Perilaku Konsumen dalam Islam	49
F. Konsep E-Commerce	53
G. Hubungan Antar Variabel	57
H. Penelitian Terdahulu	59
I. Kerangka Berpikir.....	62
J. Hipotesis.....	63

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	65
B. Populasi dan Sampel	65
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukurannya	67
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	68
E. Teknik Analisa Data	73

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	80
B. Profil Responden.....	85
C. Deskripsi Variabel.....	87
D. Analisis Data	92

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online di Marketplace Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung	106
B. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online di Marketplace Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung	108
C. Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online di Marketplace Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung	109

D. Pengaruh Harga, Promosi, dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online di Marketplace Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung	111
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan	112
B. Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN-LAMPIRAN	