

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM ..	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN PENGUJI.....	iii
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR .....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
ABSTRAK.....	xxi
ABSTRACT.....	xxii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Kegunaan Penelitian.....	10

E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	12
F. Penegasan Istilah .....	12
1. Definisi Konseptual.....	12
2. Definisi Operasional.....	13
G. Sistematika Penulisan Skripsi.....	13
<b>BAB II :LANDASAN TEORI.....</b>	<b>16</b>
A. Harga.....	16
1. Pengertian Harga.....	16
2. Tujuan Penetapan Harga .....	17
3. Faktor-faktor Penetapan Harga .....	18
4. Indikator Harga .....	19
5. Harga menurut Pandangan Islam .....	20
B. Kualitas Produk .....	23
1. Pengertian Kualitas Produk.....	23
2. Indikator Kualitas Produk .....	24
3. Kualitas Produk menurut Pandangan Islam .....	25
C. Promosi .....	29
1. Pengertian Promosi .....	29
2. Tujuan Promosi .....	30
3. Indikator Promosi:.....	31

4. Promosi menurut Pandangan Islam.....	32
D. Kemudahan.....	35
1. Pengertian Kemudahan .....	35
2. Indikator Kemudahan.....	37
3. Kemudahan menurut Pandangan Islam.....	38
E. Keputusan Pembelian.....	40
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	40
1. Tahap-tahap Keputusn Pembelian .....	41
2. Faktor-faktor Keputusan Pembelian .....	44
3. Indikator Keputusan Pembelian .....	45
4. Keputusan Pembelian menurut Pandangan Islam .....	46
F. Kajian Penelitian Terdahulu.....	48
G. Kerangka Konseptual.....	54
H. Hipotesis Penelitian.....	56
<b>BAB III : METODE PENELITIAN .....</b>	<b>58</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	58
1. Pendekatan penelitian.....	58
2. Jenis Penelitian.....	59
B. Populasi Teknik Sampling dan Sampel Penelitian.....	59
1. Populasi Penelitian .....	59

2. Teknik Sampling Penelitian .....	59
3. Sampel Penelitian.....	61
C. Sumber Data, Variabel, Skala Pengukuran.....	61
1. Sumber Data.....	61
a. Data Primer .....	62
b. Data Sekunder .....	62
2. Variabel Penelitian .....	62
3. Skala Pengukuran.....	63
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian .....	64
1. Teknik Pengumpulan Data.....	64
a. Kuesioner .....	64
b. Observasi.....	65
c. Dokumentasi .....	65
2. Instrumen Penelitian.....	66
E. Teknik Analisis Data.....	67
1. Uji Kualitas Data .....	67
a. Uji Validitas.....	67
b. Uji Realibilitas.....	68
2. Uji Asumsi Klasik .....	69
a. Uji Normalitas .....	69

b. Uji Multikoleneritas.....	70
c. Uji Heterokedastisitas.....	71
d. Uji Autokorelasi.....	71
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
4. Uji Hipotesis.....	73
a. Uji Secara Parsial (Uji T).....	73
b. Uji Secara Simultan (Uji F).....	74
5. Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	75
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>76</b>
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	76
1. Profil Marketplace Shopee.....	76
a. Sejarah Shopee.....	76
b. Produk.....	78
c. Promo.....	79
d. Layanan.....	80
2. Profil Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.....	82
a. Sejarah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung... ..	82
b. Visi, Misi dan Tujuan IAIN Tulungagung.....	84
c. Struktur Organisasi IAIN Tulungagung.....	86
d. Fakultas & Program Studi.....	86

B. Deskripsi Responden.....	88
1. Jenis Kelamin .....	88
2. Usia.....	89
3. Fakultas.....	89
4. Tahun Angkatan atau Semester .....	90
5. Uang Saku.....	91
6. Intensitas belanja di Shopee .....	91
7. Rata-rata Dana yang Dikeluarkan untuk Belanja di Shopee .....	92
C. Deskripsi Variabel.....	93
1. Variabel Harga ( $X_1$ ).....	94
2. Variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ).....	96
3. Variabel Promosi ( $X_3$ ) .....	99
4. Variabel Kemudahan ( $X_4$ ) .....	102
5. Variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ).....	105
D. Analisis Data .....	108
1. Uji Kualitas Data.....	108
a. Uji Validitas.....	109
b. Uji Reliabilitas.....	111
2. Uji Asumsi Klasik.....	112
a. Uji Normalitas .....	112

b. Uji Multikolinieritas.....	113
c. Uji Heterokedastisitas.....	115
d. Uji Autokorelasi.....	116
3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	117
4. Uji Hipotesis .....	119
a. Uji Parsial (Uji T) .....	119
b. Uji Simultan (Uji F).....	121
5. Koefisien Determinasi.....	122
<b>BAB V :PEMBAHASAN.....</b>	<b>124</b>
A. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di <i>Marketplace</i> Shopee pada Mahasiswa IAIN Tulungagung .....	124
B. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di <i>Marketplace</i> Shopee pada Mahasiswa IAIN Tulungagung .....	126
C. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di <i>Marketplace</i> Shopee pada Mahasiswa IAIN Tulungagung. ....	128
D. Pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee pada Mahasiswa IAIN Tulungagung.....	130
E. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi, Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian di <i>Marketplace</i> Shopee pada Mahasiswa IAIN Tulungagung .....	132
<b>BAB VI : PENUTUP .....</b>	<b>134</b>

A. Kesimpulan.....	134
B. Saran.....	135
DAFTAR RUJUKAN .....	137
LAMPIRAN –LAMPIRAN	