

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	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 .....	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran .....	xv
Abstrak .....	xvi

### **BAB I: PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	8
C. Rumusan Masalah .....	10
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Kegunaan Penelitian.....	11
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian .....	13
G. Devinisi Operasional .....	14
H. Sistematika Skripsi .....	15

### **BAB II: LANDASAN TEORI**

A. Perilaku Konsumen .....	18
1. Pengertian Perilaku Konsumen .....	18

2. Factor-faktor Perilaku Konsumen .....	20
3. Tipe-Tipe Perilaku Konsumen .....	21
B. Diskon .....	24
1. Pengertian diskon .....	24
2. Jenis-Jenis Diskon .....	25
3. Tujuan Pemberian Diskon .....	27
4. Diskon Jual Beli Dalam Prespektif Islam .....	27
5. Indikator Diskon .....	29
C. Iklan Online .....	31
1. Pengertian Periklanan .....	31
2. Jenis-Jenis Iklan .....	32
3. Fungsi Iklan .....	39
4. Pengertian Iklan Online .....	43
5. Indikator Iklan .....	45
D. Kemudahan Akses .....	46
1. Pengertian Persepsi Kemudahan Akses .....	46
2. Factor Kemudahan Akses .....	47
3. Indikator Kemudahan Akses .....	48
E. Pembelian Implusif .....	48
1. Pengertian Pembelian Implusif .....	48
2. pengertian Pembelian Implusif Dalam Prespektif Islam .....	59
3. jenis-Jenis Perilaku Implusif .....	50
4. Factor Yang Menyebabkan Pembelian Implusif .....	51
5. Indikator Pembelian Implusif .....	52
F. Aplikasi Grab .....	53
1. Sejarah Aplikasi .....	53
2. Tampilan GrabFood Dalam Aplikasi .....	54
3. Kekurangan dan Kelebihan .....	55
G. Kajian Penelitian Terdahulu .....	56
H. Kerangka Konseptual .....	63
I. Hipotesis Penelitian .....	64

<b>BAB III:</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
	A. Pendekatan Penelitian Dan Jenis Penelitian.....	66
	B. Populasi, Sampel dan Sampling Penelitian.....	66
	C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran .....	70
	D. Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian.....	75
	E. Teknik Analisis Data.....	77
<b>BAB IV:</b>	<b>HASIL PENELITIAN</b>	
	A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	84
	B. Deskripsi Responden .....	86
	C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	90
	D. Analisis Data .....	101
<b>BAB V:</b>	<b>PEMBAHASAN</b>	
	A. Pengaruh Diskon terhadap Keputusan Pembelian Implusif Pengguna GrabFood pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sayid Ali Rahmatullah Tulungagung .....	118
	B. Pengaruh Iklan Online terhadap Keputusan Pembelian Implusif Pengguna GrabFood pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sayid Ali Rahmatullah Tulungagung.....	120
	C. Pengaruh Kemudahan Akses terhadap Keputusan Pembelian Implusif Pengguna GrabFood pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sayid Ali Rahmatullah Tulungagung .....	123
	D. Pengaruh Diskon, Iklan Online dan Kemudahan Akses terhadap Keputusan Pembelian Implusif Pengguna GrabFood pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sayid Ali Rahmatullah Tulungagung.....	126
<b>BAB VI:</b>	<b>PENUTUP</b>	

A. Kesimpulan.....	129
B. Saran .....	130
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>132</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>137</b>