

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Judul.....	ii
Lembar Persetujuan.....	iii
Lembar Pengesahan	iv
Pernyataan Keaslian Penulisan	v
Motto	vi
Kata Pengantar	vii
Persembahan	vii
Daftar Isi	ix
Abstrak	xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Ruang Lingkup dan Batasan Masalah.....	9
G. Penegasan Istilah	8
H. Sistematika Penulisan.....	10

BAB II LANDASAN TEORI

A. Perilaku Konsumen	12
B. Strategi Pemasaran	20
C. Keamanan Bertransaksi.....	20
D. <i>Review</i> Produk.....	20
E. Keputusan Pembelian	20
F. Penelitian Terdahulu	20
G. Kerangka Konseptual	24

H. Hipotesis Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	26
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	27
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	28
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	29
E. Teknik Analisis Data.....	30
F. Analisis Koefisien Determinasi.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Deskripsi Data	47
B. Analisis Data	63
C. Rekapitulasi Hasil Penelitian	66
BAB V PEMBAHASAN	
A. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembeli Produk melalui <i>Marketplace</i> Shopee pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2018 IAIN Tulungagung	67
B. Pengaruh Keamanan Bertransaksi terhadap Keputusan Pembeli Produk melalui <i>Marketplace</i> Shopee pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2018 IAIN Tulungagung	73
C. Pengaruh <i>Review</i> Produk terhadap Keputusan Pembeli Produk melalui <i>Marketplace</i> Shopee pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2018 IAIN Tulungagung	76
D. Pengaruh Strategi Pemasaran, Keamanan Bertransaksi, <i>Review</i> Produk, terhadap Keputusan Pembeli Produk melalui <i>Marketplace</i> Shopee pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2018 IAIN Tulungagung.....	76
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	80
B. Saran.....	81

DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN-LAMPIRAN	121