

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
PENGESAHAN PENGUJI.....	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	12
C. Rumusan Masalah	13
D. Tujuan Penelitian	13
E. Manfaat Penelitian	14
1. Secara Teoritis	14
2. Secara Praktis	14
F. Penegasan Istilah.....	16
1. Secara konseptual	16
2. Secara Operasional	17
G. Ruang Lingkup dan Pembatasan Penelitian.....	18
1. Ruang Lingkup	18

2. Keterbatasan Penelitian	18
H. Sistematika Penulisan Skripsi	19
BAB II LANDASAN TEORI	21
A. Perilaku Konsumen	21
B. <i>Electronic Word Of Mouth</i>	22
C. <i>Online Shopping Experience</i>	24
D. <i>Lifestyle</i>	26
E. Keputusan Pembelian.....	27
F. Kajian Penelitian Terdahulu.....	29
G. Kerangka Konseptual	34
H. Hipotesis Penelitian.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	37
1. Pendekatan penelitian.....	37
2. Jenis penelitian	37
B. Populasi, Sampel dan Sampling.....	38
1. Populasi	38
2. Sampel dan sampling.....	39
C. Sumber data, Variabel dan Skala Pengukuran	41
1. Sumber data	41
2. Variabel Penelitian	41
3. Skala Pengukuran	42
D. Teknik Pengumpulan Data dan Data Instrumen Penelitian	43
1. Teknik Pengumpulan Data	43
2. Data Instrumen Penelitian	44

E. Teknik Analisis Data.....	47
1. Statistik Deskriptif.....	48
2. Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas	48
3. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	49
4. Uji Regresi Linier Berganda.....	51
5. Uji koefisien determinasi.....	52
6. Uji Hipotesis.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN	54
A. Gambaran Umum Penelitian	54
1. Profil Aplikasi Tiktok.....	54
2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	55
3. Manajemen Bisnis Syariah.....	56
B. Profil Responden.....	57
C. Deskripsi Responden.....	58
1. Usia Responden	58
2. Jenis Kelamin Responden	59
3. Intensitas Pembelian Responden Melalui Tiktok <i>Shop</i>	59
D. Deskripsi Variabel.....	60
1. Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i>	60
2. Variabel <i>Online Shopping Experience</i>	63
3. Variabel <i>Lifestyle</i>	66
4. Variabel Keputusan Pembelian	69
E. Hasil Uji Instrumen	73
1. Uji Validitas	73
2. Uji Reliabilitas.....	74

F. Hasil Uji Asumsi Klasik	75
1. Uji Normalitas	75
2. Uji Multikolinearitas	76
3. Uji Heteroskedastisitas	77
4. Uji Regresi Linier Berganda.....	78
G. Uji Koefisien Determinasi	80
H. Uji Hipotesis	80
1. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji T)	80
2. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)	83
BAB V PEMBAHASAN	85
BAB VI PENUTUP	92
DAFTAR PUSTAKA	95