

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL LUAR.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN PENGUJI.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	14
D. Rumusan Masalah .....	15
C. Tujuan Penelitian .....	16
D. Manfaat Penelitian .....	17
E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian .....	19
F. Penegasan Istilah.....	20
G. Sistematika Skripsi.....	23
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Keputusan Pembelian Online Halal Fashion.....	24
B. Kualitas Pelayanan .....	33
C. <i>Live Streaming</i> .....	36
D. <i>Content Marketing</i> .....	39
E. <i>Voucher</i> Diskon .....	43
F. Kajian Penelitian Terdahulu.....	78
G. Kerangka Konseptual .....	81
D. Hipotesis Penelitian.....	82

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	84
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian .....	85
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran .....	86
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	86
E. Teknik Analisis Data.....	90

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Hasil Penelitian .....	98
B. Karakteristik Responden .....	100
C. Paparan Hasil Penelitian.....	106

### **BAB V PEMBAHASAN**

A. Pengaruh <i>Live Streaming</i> Terhadap Kualitas Pelayanan Produk Halal <i>Fashion</i> Pada Masyarakat Tulungagung di Shopee .....	129
B. Pengaruh <i>Content Marketing</i> Terhadap Kualitas Pelayanan Produk Halal <i>Fashion</i> Pada Masyarakat Tulungagung di Shopee .....	131
C. Pengaruh <i>Voucher</i> Diskon Terhadap Kualitas Pelayanan Produk Halal <i>Fashion</i> Pada Masyarakat Tulungagung di Shopee.....	133
D. Pengaruh <i>Live Streaming</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal <i>Fashion</i> Pada Masyarakat Tulungagung di Shopee.....	134
E. Pengaruh <i>Content Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal <i>Fashion</i> Pada Masyarakat Tulungagung di Shopee.....	136
F. Pengaruh <i>Voucher</i> Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal <i>Fashion</i> Pada Masyarakat Tulungagung di Shopee.....	138
G. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal <i>Fashion</i> Pada Masyarakat Tulungagung di Shopee .....	140
H. Pengaruh <i>Live Streaming</i> , <i>Content Marketing</i> dan <i>Voucher</i> Diskon Terhadap Keputusan Pembelian <i>Online Halal Fashion</i> Dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening .....	141

### **BAB VI KESIMPULAN**

A. Kesimpulan.....	144
B. Saran.....	146

### **DAFTAR PUSTAKA.....147**

### **LAMPIRAN - LAMPIRAN.....154**