

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRAC.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Rumusan Masalah	12
D. Tujuan Penelitian	12
E. Kegunaan Penelitian.....	13
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	14
G. Penegasan Istilah.....	15
H. Sistematika Pembahasan.....	17
BAB II LANDASAN TEORI	19
A. Tinjauan Tentang Keputusan Pembelian	19
1. Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen	19
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen	20
3. Proses Keputusan Pembelian	21
4. Keputusan Pembelian Perspektif Islam.....	23
5. Hubungan Keputusan Pembelian Terhadap Harga, Kepercayaan, dan Kualitas Informasi	24
B. Tinjauan Tentang Harga.....	26
1. Pengertian Harga.....	26
2. Indikator-indikator Penetapan Harga	27

3.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga	28
4.	Harga Menurut Perspektif Islam	29
5.	Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	31
C.	Tinjauan Tentang Kepercayaan.....	31
1.	Pengertian Kepercayaan.....	31
2.	Indikator-indikator Pembentuk Kepercayaan	32
3.	Manfaat Kepercayaan Konsumen	33
4.	Kepercayaan Menurut Perspektif Islam	34
5.	Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
D.	Tinjauan Tentang Kualitas Informasi.....	36
1.	Pengertian Kualitas Informasi.....	36
2.	Indikator Kualitas Informasi	37
3.	Kualitas Informasi Menurut Perspektif Islam	37
4.	Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
E.	Kajian Penelitian Terdahulu.....	39
F.	Kerangka Konseptual	48
G.	Hipotesis Penelitian.....	49
BAB III METODE PENELITIAN		51
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	51
B.	Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	52
C.	Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	53
D.	Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	55
E.	Teknik Analisis Data.....	58
1.	Uji Validitas	59
2.	Uji Reabilitas.....	60
3.	Uji Asumsi Klasik.....	60
4.	Uji Regresi Linear Berganda.....	63
5.	Uji Hipotesis	64
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		67
A.	Gambaran Umum	67
B.	Deskripsi Responden.....	69
C.	Deskripsi Vriabel Penelitian	73
D.	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	80
1.	Uji Validitas	80
2.	Uji Reabilitas.....	81
3.	Uji Asumsi Klasik.....	82
a.	Uji Normalitas Residual.....	82
b.	Uji Multikolinearitas	83
c.	Uji Heterokedastisitas	84

d. Uji Autokorelasi	86
4. Uji Regresi Linear Berganda.....	87
5. Uji Hipotesis	89
a. Uji-T (Parsial)	89
b. Uji-F (Simultan).....	92
c. Uji Koefisien Determinasi	93
E. Temuan Penelitian.....	94
BAB V PEMBAHASAN	97
A. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim di Shopee Pada Masyarakat Kabupaten Trenggalek	97
B. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim di Shopee Pada Masyarakat Kabupaten Trenggalek	99
C. Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim di Shopee Pada Masyarakat Kabupaten Trenggalek.....	101
D. Pengaruh Harga, Kepercayaan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim di Shopee Pada Masyarakat Kabupaten Trenggalek	103
BAB VI PENUTUP	107
A. Kesimpulan	107
B. Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN-LAMPIRAN	113