

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	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Kegunaan Penelitian.....	12
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	13
G. Penegasan Istilah.....	14
H. Sistematika Penulisan	16

BAB II LANDASAN TEORI	18
A. Perilaku Konsumen	18
1. Pengertian Perilaku Konsumen	18
2. Teori Perilaku Konsumen.....	19
3. Pola Perilaku Konsumen	23
4. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	24
B. Keputusan Pembelian.....	28
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	28
2. Struktur Keputusan Pembelian.....	29
3. Proses dalam Keputusan Pembelian.....	31
4. Hubungan Keputusan Pembelian dengan Harga, <i>Online Customer</i> <i>Review</i> dan Metode Pembayaran... ..	34
5. Indikator Keputusan Pembelian	35
C. Harga	35
1. Pengertian Harga	35
2. Metode Penetapan Harga	37
3. Tujuan Penetapan Harga	38
4. Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian.....	39
5. Indikator Harga	40
D. <i>Online Customer Review</i>	41
1. Pengertian <i>Online Customer Review</i>	41
2. Hubungan <i>Online Customer Review</i> dengan Keputusan Pembelian....	42
3. Indikator <i>Online Customer Review</i>	44

E. Metode Pembayaran.....	46
1. Pengertian Metode Pembayaran.....	46
2. Macam-macam Metode Pembayaran.....	47
3. Hubungan Metode Pembayaran dengan Keputusan Pembelian.....	49
4. Indikator Metode Pembayaran.....	50
F. Kajian Penelitian Terdahulu.....	51
G. Kerangka Konseptual.....	77
H. Hipotesis Penelitian.....	81
BAB III METODE PENELITIAN	84
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	84
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	85
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukurannya.....	87
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	90
E. Teknik Analisis Data.....	94
BAB IV HASIL PENELITIAN	98
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	98
B. Deskripsi Data.....	99
C. Karakteristik Responden.....	100
D. Deskripsi Variabel.....	102
E. Pengujian Analisis Data.....	105
BAB V PEMBAHASAN	118
A. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Fashion</i> Muslim di <i>Marketplace</i> Shopee.....	118

B. Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Fashion</i> Muslim di <i>Marketplace</i> Shopee.....	123
C. Pengaruh Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Fashion</i> Muslim di <i>Marketplace</i> Shopee	128
D. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Fashion</i> Muslim di <i>Marketplace</i> Shopee dengan Metode Pembayaran sebagai Variabel <i>Intervening</i>	133
E. Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Fashion</i> Muslim di <i>Marketplace</i> Shopee dengan Metode Pembayaran sebagai Variabel <i>Intervening</i>	138
BAB VI PENUTUP	143
A. Kesimpulan.....	143
B. Saran.....	145
DAFTAR PUSTAKA.....	147
LAMPIRAN-LAMPIRAN	154