

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT.....	xviii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Masalah	9
E. Kegunaan Penelitian.....	9
F. Pembatasan Masalah	10
G. Definisi Operasional.....	11
H. Sistematika Pembahasan	13
 BAB II LANDASAN TEORI	 15
A. Teori Disrupsi Digital.....	15
B. <i>E-Commerce</i>	17
1. Pengertian <i>E-Commerce</i>	17
2. Jenis - Jenis <i>E-commerce</i>	19
3. Manfaat Penggunaan <i>E-Commerce</i>	21
C. QRIS.....	23

1. Pengertian QRIS	23
2. Tujuan dan Manfaat QRIS (<i>Quick Response Code Indonesian Standard</i>) 24	
D. Perilaku Konsumen	26
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	26
2. Teori Perilaku Konsumen	27
3. Perilaku Konsumen Halal	29
E. Kajian Penelitian Terdahulu.....	33
F. Kerangka Konseptual	44
G. Hipotesis.....	46
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	47
1. Pendekatan	47
2. Jenis Penelitian.....	48
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	49
1. Populasi.....	49
2. Sampling	51
3. Sampel Penelitian.....	52
C. Sumber data, variabel, dan skala pengukuran	54
1. Sumber Data.....	54
2. Variabel.....	55
3. Skala pengukuran.....	56
D. Teknik Pengumpulan data dan Instrumen Data	59
1. Teknik Pengumpulam data	59
2. Instrumen Data.....	60
E. Teknik Analiais Data.....	62
1. Uji Instrumen Data.....	62
a) Uji Validitas	63

b) Uji Reliabilitas	63
2. Uji Asumsi Klasik.....	64
a) Uji Normalitas.....	64
b) Uji Multikolinieritas.....	65
c) Uji Heteroskedastisitas.....	65
3. Analisis Regresi linier berganda	65
4. Koefisien Determinasi (R ²)	66
5. Uji Hipotesis	67
 BAB IV HASIL PENELITIAN.....	69
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	69
B. Profil Responden	69
C. Karakteristik Responden	70
D. Deskripsi Variabel.....	72
E. Analisis Data	81
 BAB V PEMBAHASAN	91
A. Pengaruh Platform <i>E-Commerce</i> terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Halal	91
B. Pengaruh Pembayaran QRIS terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Halal di Kabupaten Tulungagung.....	96
C. Pengaruh Platform <i>E-Commerce</i> dan Pembayaran menggunakan QRIS terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Halal.	99
D. Besarnya Pengaruh Platform <i>E-Commerce</i> dan Pembayaran menggunakan QRIS terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Halal.	102
BAB VI PENUTUP	105
A. Kesimpulan.....	105
B. Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN.....	112