

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Judul.....	ii
Persetujuan Pembimbing.....	iii
Pengesahan.....	iv
Pernyataan Keaslian Tulisan.....	v
Pernyataan Kesiapan Publikasi Karya Ilmiah.....	vi
Motto.....	vii
Persembahan.....	viii
Kata Pengantar.....	ix
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
Abstrak.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	9
C. Rumusan masalah.....	11
D. Tujuan Penelitian.....	12
E. Kegunaan Penelitian.....	13
F. Ruang Lingkup Penelitian.....	14
G. Penegasan Variabel.....	16
BAB II LANDASAN TEORI.....	21
A. <i>Grand Theory</i>	21
B. Harga.....	24
C. Kualitas Produk.....	30
D. <i>Impulsif Buying</i>	34
E. Halal Awareness.....	36

F. Pengaruh Halal <i>Awarenes</i> Sebagai Variabel Intervening dalam Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap <i>Impulsif Buying</i> pada Konsumen Generasi Z Muslim di Tulungagung pengguna Shopee.....	39
G. Penelitian Terdahulu.....	46
H. Kerangka Konseptual.....	52
I. Hipotesis Penelitian	53
BAB III METODE PENELITIAN	55
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	55
B. Lokasi Penelitian	56
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran.....	56
D. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	59
E. Instrumen Penelitian	62
F. Teknik Pengumpulan Data	66
G. Analisis Data.....	66
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	70
A. Gambaran Umum Objek.....	70
B. Deskripsi Data Penelitian	72
C. Karakteristik Responden.....	73
D. Hasil Analisis Data	76
E. Analisis <i>Outher Model</i>	82
F. Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	88
BAB V PEMBAHASAN	97
A. Pengaruh Harga terhadap <i>Impulsif buying</i> pada Konsumen Generasi Z Muslim pengguna Shopee di Kabupaten Tulungagung.....	97
B. Pengaruh Kualitas Produk terhadap <i>Impulsif buying</i> pada Konsumen Generasi Z Muslim pengguna Shopee di Kabupaten Tulungagung	100
C. Pengaruh Harga terhadap Halal <i>Awarenes</i> pada Konsumen Generasi Z Muslim pengguna Shopee di Kabupaten Tulungagung.....	104
D. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Halal <i>Awareness</i> pada Konsumen Generasi Z Muslim Pengguna Shopee di Kabupaten Tulungagung	107

E. Pengaruh Halal <i>Awareness</i> terhadap <i>Impulsif buying</i> pada Konsumen Generasi Z Muslim Pengguna Shopee di Kabupaten Tulungagung.....	111
F. Pengaruh Harga terhadap <i>Impulsif buying</i> melalui Halal <i>Awareness</i> pada Konsumen Generasi Z Muslim Pengguna Shopee di Kabupaten Tulungagung.....	115
G. Pengaruh Kualitas Produk terhadap <i>Impulsif buying</i> melalui Halal <i>Awareness</i> pada Konsumen Generasi Z Muslim Pengguna Shopee di Kabupaten Tulungagung.....	119
BAB VI PENUTUP	124
A. Kesimpulan.....	124
B. Saran	126
DAFTAR PUSTAKA	130
LAMPIRAN.....	131

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Tulungagung (ribu jiwa) tahun 2025.....	2
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran Likert	59
Tabel 3. 2 Jumlah Penduduk Generasi Z di Tulungagung	60
Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	63
Tabel 4.1 Distribusi Kuesioner	74
Tabel 4. 2 Kesesuaian Kriteria Responden	74
Tabel 4. 3 Alamat Responden	76
Tabel 4. 4 Usia Responden.....	77
Tabel 4. 5 Jumlah Kuesioner Harga	79
Tabel 4. 6 Jumlah Kuesioner Kualitas Produk.....	80
Tabel 4. 7 Jumlah Kuesioner <i>Impulsif Buying</i>	81
Tabel 4. 8 Jumlah Kuesioner Halal Awareness.....	82
Tabel 4. 9 Hasil <i>Outer Loading</i> Uji <i>Convergent Validity</i>	85
Tabel 4. 10 Hasil AVE Uji <i>Convergent Validity</i>	86
Tabel 4. 11 Hasil <i>Cross Loading</i> Uji <i>Discriminant Validity</i>	87
Tabel 4. 12 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	88
Tabel 4. 13 Nilai <i>Composite reliability</i>	89
Tabel 4. 14 Hasil Uji <i>R-Square</i> (R^2)	90
Tabel 4. 15 Hasil <i>Path Coefficient Bootstrapping direct effect</i>	91
Tabel 4. 16 Hasil <i>Path Coefficient Bootstrapping indirect effect</i>	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Kunjungan Shopee terbanyak di Indonesia tahun 2024	3
Gambar 2. 1 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	22
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	52
Gambar 4.1 Logo Shopee.....	73
Gambar 4. 2 <i>Output Outher Model</i>	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	133
Lampiran 2 Bukti Kuesioner Melalui <i>Google Form</i>	140
Lampiran 3 Bukti Penyebaran Kuesioner	147
Lampiran 4 Hasil Data Kuesioner.....	148
Lampiran 5 Hasil <i>Outher Model</i>	163
Lampiran 6 Hasil <i>Inner Model</i>	165
Lampiran 7 Kartu Kendali Bimbingan.....	166
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup.....	179