

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iv
LEMBAR PEDOMAN TRANSLITERASI.....	v
ABSTRAK	vi
RIWAYAT HIDUP PENELITI.....	vii
MOTTO HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	13
C. Rumusan Masalah	14
D. Tujuan Penelitian	14
E. Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
A. Konsep dan Teori	17
1. Theory Of Planned Behavior	17
2. <i>Hierarchy of Effects Model</i>	24
3. Teori Etika Konsumsi dalam Islam	28
4. <i>Halal Awareness</i>	33
5. Diskon.....	41
6. Gratis Ongkos Kirim	46
7. Keputusan Pembelian	52
8. <i>Marketplace</i>	61
B. Kajian Penelitian Terdahulu.....	64

C. Kerangka Berpikir	71
D. Hipotesis	73
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	75
A. Metode dan Pendekatan	75
B. Tempat dan Waktu Penelitian	75
C. Populasi dan Sampel	76
D. Jenis dan Sumber Data	78
E. Variabel dan Indikator Penelitian.....	78
F. Teknik Pengumpulan Data.....	81
G. Teknik Analisis Data.....	82
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	89
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	89
1. <i>Marketplace</i> Shopee	89
2. <i>Skincare</i> Halal.....	95
B. Deskripsi Data Responden	103
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	103
b. Karakteristik Berdasarkan Domisili Atau Asal	104
c. Karakteristik berdasarkan pekerjaan	106
d. Karakteristik berdasarkan usia.....	107
e. Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Belanja <i>Skincare</i> Dalam Sebulan.....	107
f. Karakteristik Berdasarkan Lamanya Menggunakan <i>Marketplace</i> Shopee	108
g. Karakteristik Berdasarkan Merek <i>Skincare</i> yang di Gunakan Oleh Responden.....	109
h. Karakteristik Berdasarkan Penentu Utama Dalam Keputusan Pembelian.....	115
i. Karakteristik Berdasarkan Tanggapan Terhadap Fitur Shopee Barokah	116

j. Karakteristik Berdasarkan Faktor yang Paling Mempengaruhi Responden Dalam Mengambil Keputusan Pembelian Produk Skincare Halal di Marketplace Shopee.	117
C. Hasil Analisis Deskriptif Statistik.....	119
D. Hasil Analisis Data	120
1. Uji Instrumen Data	120
2. Uji Asumsi Klasik	125
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	131
4. Uji Hipotesis.....	133
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	137
1. Pengaruh <i>Halal Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	138
2. Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian	142
3. Pengaruh Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian	145
4. Pengaruh <i>Halal awareness</i> , Diskon, dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian.....	149
BAB V PENUTUPAN	154
A. Kesimpulan	154
B. Saran.....	155
DAFTAR PUSTAKA	158
LAMPIRAN.....	164