

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
ABSTRAK	vi
RIWAYAT HIDUP PENELITI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Kajian Peneliti Terdahulu	12
B. Konsep dan Teori	17
1. Konsep <i>E-Commerce</i>	17
2. Nilai Konsumen	23
3. Kepatuhan Syariah	31
4. Loyalitas	37
C. Kerangka Berpikir	43
D. Hipotesis	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	48
A. Metode dan Pendekatan	48
B. Jenis dan Sumber Data	48
1. Data Premier	48
2. Data Sekunder	49
C. Populasi dan Sampel	49

1. Populasi	49
2. Sampel	50
D. Operasional Variabel	52
E. Teknik Pengumpulan Data	54
1. Kuesioner	55
2. Dokumentasi	56
F. Teknik Analisis	56
1. Analisis Deskriptif	57
2. Uji Validitas	57
3. Uji Reliabilitas	57
4. Uji Asumsi Klasik	58
5. Regresi Linear Berganda	60
6. Uji Hipotesis Parsial (Uji T)	61
7. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	62
8. Koefisien Determinasi (R^2)	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
A. Hasil Penelitian	65
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	65
2. Pengujian Hipotesis Penelitian	67
B. Pembahasan	95
1. Pengaruh Nilai Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada Transaksi di Shopee	95
2. Pengaruh Kepatuhan Syariah terhadap Loyalitas Konsumen pada Transaksi di Shopee	97
3. Pengaruh Nilai Konsumen dan Kepatuhan Syariah terhadap Loyalitas Konsumen pada Transaksi di Shopee	99
BAB V PENUTUP	101
A. Kesimpulan	101
B. Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN-LAMPIRAN	108