

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
E. Penelitian Terdahulu	8
F. Kerangka Teoritis	10
G. Rumusan Hipotesis	12
H. Metode Penelitian	13
I. Sistematika Penulisan	25
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
A. Profil TCR Beauty Shop	27
B. Struktur Organisasi TCR Beauty Shop	30
C. Tugas dan Tanggung Jawab Setiap Bagian	31
D. Perkembangan Laba Setiap Bulan	33
E. Visi dan Misi TCR Beauty Shop	34
F. Produk-Produk TCR Beauty Shop	34
BAB III LANDASAN TEORETIS	
A. E-Commerce	40
a. Sejarah E-Commerce	40
b. Definisi E-Commerce	41
c. Jenis E-Commerce	43
d. Kelebihan dan Kekurangan E-Commerce	44
B. Perilaku Konsumen	46
a. Perilaku Konsumen E-Commerce	46

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Faktor-Faktor Utama Penentu Keputusan Pembelian	48
c. Tipe konsumen E-Commerce dan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	51
C. Pengertian Reseller	55
D. Praktek E-Commerce Menurut Ekonomi Syariah.....	56
a. Pengertian Jual Beli	57
b. Dasar Hukum Jual Beli	58
c. Rukun dan Syarat Jual Beli	60
d. Kontrak Skema Pada E-Commerce	63

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Responden.....	67
B. Hasil Analisis Data.....	71
a. Uji Kualitas Data	71
b. Uji Asumsi Klasik	74
c. Uji Regresi	78
d. Uji Statistik	81
C. Tinjauan Ekonomi Syariah Tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Menggunakan Media E-Commerce Pada TCR Beauty Shop Online Pekanbaru	85

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	92
B. Saran.....	93

DAFTAR PUSTAKA