



DAFTAR ISI

Halaman Judul i

Pengesahan Tim Penguji iii

Pengesahan Penguji v

Pengesahan Pembimbing vii

Persetujuan Pembimbing & Ketua Prodi viii

Nota Dinas x

Surat Pernyataan x

Kata Pengantar i

Daftar Isi iii

Daftar Tabel v

Daftar Gambar vii

Pedoman Transliterasi viii

Abstrak x

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Definisi Istilah 10

C. Permasalahan 11

 1. Identifikasi Masalah 11

 2. Batasan Masalah 12

 3. Rumusan Masalah 12

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian 13

 1. Tujuan penelitian 13

 2. Manfaat penelitian 14

BAB II. LANDASAN TEORETIS

A. Keputusan Pembelian Konsumen 16

 1. Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen 16

 2. Proses Keputusan Pembelian 18

 3. Keputusan Pembelian Dalam Islam 21

B. *Islamic Marketing Mix* (Bauran Pemasaran Islam) 23

 1. Produk (*Product*) 24

 2. Harga 31

 3. Tempat 40

 4. Promosi 45

 5. Manusia 54

 6. Proses 58

 7. Bukti Fisik 60

 8. Janji 61

 9. Sabar 62

C. Jual Beli Online Dalam Pandangan Islam 64

 1. Pengertian Jual Beli Online 64

 2. Dasar Hukum Jual Beli Online 65

 3. Keuntungan dan Resiko 67

 4. Hukum salam dan salaf 69

D. Tinjauan Penelitian Yang relevan 72

E. Kerangka Berfikir 80

Hak cipta ini dimiliki oleh UIN Suska Riau. Untuk penyalinan atau penggunaan lainnya, harus dengan izin dari UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip, menyalin, atau menjiplak sebagian atau seluruhnya tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengutip, menyalin, atau menjiplak sebagian atau seluruhnya tanpa izin UIN Suska Riau.



F. Hubungan Antar Variabel	81
G. Konsep Operasional Variabel	85
H. Hipotesis	91

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	93
B. Waktu Dan Tempat penelitian	93
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	94
D. Sumber Data	96
E. Teknik Pengumpulan data	97
F. Teknik Analisis Data	98

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	108
1. Gambaran Umum Toko Online Di Pekanbaru.	108
2. Identitas Responden	113
3. Deskripsi Variabel.....	116
4. Uji Kualitas data	132
5. Uji Asumsi Klasik	139
6. Pengujian Hipotesis	145
B. Pembahasan Hasil Penelitian	160
1. Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko online.....	160
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko online.....	162
3. Pengaruh Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko online.....	165
4. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko online.....	168
5. Pengaruh Manusia Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko online.....	170
6. Pengaruh Proses Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko online.....	172
7. Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko online.....	173
8. Pengaruh Janji Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko online.....	175
9. Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko online.....	177

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan.....	180
B. Saran	181

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN