

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
SURAT PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	17
C. Tujuan Penelitian.....	18
D. Kegunaan Penelitian.....	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA	20
A. Tinjauan Pustaka	20
1. Perilaku Konsumen Islam	20
2. Keputusan Pembelian	22
3. Literasi.....	32

4. Etika Bisnis Islam.....	34
5. <i>Online Customer Review</i>	38
6. Kepuasan Konsumen.....	41
 B. Penelitian Terdahulu.....	48
 C. Kerangka Pemikiran.....	54
 D. Hipotesis.....	61
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	64
 A. Metode Penelitian.....	64
 B. Definisi Operasional Variabel	65
 C. Populasi dan Sampel	69
1. Populasi	69
2. Sampel.....	69
 D. Teknik Pengumpulan Data	71
1. Wawancara	71
2. Kuesioner	72
 E. Instrumen Penelitian.....	72
 F. Uji Instrumen.....	77
 G. Teknik Analisis Data	80
1. Analisis Statistik Deskriptif	80
2. Analisis <i>Structural Equation Modeling</i>	81

3. Uji Hipotesis.....	86
H. Tempat dan Jadwal Penelitian	87
1. Tempat penelitian	87
2. Jadwal Penelitian.....	87
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	88
A. Profil Umum Shopee.....	88
B. Deskripsi Identitas Responden	89
C. Hasil Penelitian	95
1. Analisis Statistik Deskriptif	95
2. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	108
3. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	115
4. Uji Hipotesis.....	119
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	124
BAB V PENUTUP.....	136
A. Simpulan.....	136
B. Saran	137
DAFTAR PUSTAKA.....	138
LAMPIRAN.....	150

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna <i>Smartphone</i> Dunia 2023	2
Gambar 1.2 Nilai Sektor Ekonomi <i>E-Commerce</i> di Indonesia	4
Gambar 1.3 Pengguna <i>E-commerce</i> Periode Januari-September 2023.....	6
Gambar 1.4 Literasi Etika Bisnis Islam Mahasiswa FAI Universitas Siliwangi dalam Melakukan Muamalah di <i>E-Commerce</i>	10
Gambar 1.5 Kepuasan Mahasiswa FAI Universitas Siliwangi Terkait Produk dan Layanan <i>E-Commerce</i> yang Menerapkan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam.....	11
Gambar 2. 1 Tahap-Tahap Keputusan Pembelian	24
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	61
Gambar 4. 1 Logo Shopee.....	89
Gambar 4. 2 Hasil Uji <i>Outer Loading</i>	118
Gambar 4. 3 <i>Output</i> Uji <i>Bootstraping</i>	120

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	49
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	67
Tabel 3. 2 Jumlah Populasi.....	69
Tabel 3. 3 Kisi-Kisi Instrumen	73
Tabel 3. 4 Skala Likert	77
Tabel 3. 5 <i>Outer Loading</i>	77
Tabel 3. 6 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	79
Tabel 3. 7 Uji Reliabilitas.....	79
Tabel 3. 8 Jadwal Penelitian.....	87
Tabel 4. 1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden	89
Tabel 4. 2 Deskripsi Tahun Angkatan Responden.....	90
Tabel 4. 3 Jumlah Belanja di Shopee	94
Tabel 4. 4 Nilai <i>Outer Loading</i>	108
Tabel 4. 5 Nilai <i>Outer Loading</i> Versi 2	110
Tabel 4. 6 <i>Discriminant Validity</i> atau <i>Cross Loading</i>	112
Tabel 4. 7 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	113
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas.....	114
Tabel 4. 9 Uji R-Square.....	115
Tabel 4. 10 Uji F-Square	117
Tabel 4. 11 <i>Path Coefficient</i>	121
Tabel 4. 12 <i>Specific Indirect Effect</i>	123