DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
LEMBAR PERNYATAAN……..…….ii
LEMBAR PENGESAHAN ii
REKOMENDASI PEMBIMBING iv
NOTA DINAS v
HALAMAN PERSEMBAHAN vi
HALAMAN MOTTO..... vii
ABSTRAK..... viii
ABSTRACT..... ix
TRANSLITERASI ARAB-LATIN x
KATA PENGANTAR xix
DAFTAR ISI..... xxii
DAFTAR TABEL.....xxv
DAFTAR GAMBAR xxvii
BAB I : PENDAHULUAN.....1
A. Latar Belakang Masalah.....1
B. Rumusan Masalah Penelitian 6
C. Tujuan Masalah.....6
D. Manfaat Penelitian 6
E. Sistematika Penulisan 7
BAB II : LANDASAN TEORI.....9
A. Literature Review.....9
B. Landasan Teori 15
1. *E- Commerce* 15
2. *Service Quality* 17
3. *E- Service Quality*.....19
4. Perilaku Konsumen 22
5. Perilaku Konsumen dalam Islam.....23

6. Minat....26
7. Jual Beli dalam Islam....30
8. Jual Beli Online dalam Ekonomi Islam....32
9. E- Service Quality dalam Islam....33
C. Kerangka Berfikir....35
BAB III : METODE PENELITIAN....37
A. Jenis Penelitian....37
B. Sumber Data....37
C. Teknik Pengumpulan Data....38
D. Populasi dan Sampel Penelitian....38
E. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel....39
F. Instrumen Penelitian....40
G. Uji Instrumen....41
1. Uji Validitas....41
2. Uji Reliabilitas....42
H. Skala Pengukuran....43
I. Teknik Analisis Data....43
1. Uji Asumsi Klasik....44
2. Analisis Regresi Linier Sederhana....45
3. Pengujian secara parsial (uji-t)....46
4. Uji Koefisien Korelasi (R)....47
5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)....48
BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEEMBAHASAN....49
A. Gambaran Objek Penelitian....49
1. Sejarah Lazada....49
2. Struktur Organisasi Lazada Indonesia....51
B. Hasil Analisis Data....51
1. Analisis Deskriptif Responden....51
2. Analisis Deskriptif Variabel....56

C. Uji Asumsi Klasik 59
1. Uji Normalitas 59
2. Uji Heteroskedastitas 60
3. Uji Autokorelasi 61
4. Uji Linieritas 62
D. Uji Regresi Sederhana Model 1 62
E. Uji Hipotesis 63
1. Pengujian Secara Individual 63
2. Koefisien Korelasi (R) 64
3. Koefisien Determinasi (R^2) 64
F. Uji Regresi Model 2 65
G. Uji Hipotesis 67
1. Pengujian Secara Individual 67
2. Koefisien Korelasi (R) 69
3. Koefisien Determinasi (R^2) 69
H. Pembahasan 70
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN 75
A. Kesimpulan …. 75
B. Saran ..…..... 76
Daftar Pustaka 78
LAMPIRAN
RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Prospek Belanja Online di Indonesia Tahun 2015 5

Tabel 2.1 Literature Review 12

Tabel 3.1 Instrumen penelitian 40

Tabel 3.2 Hasil uji validitas E- Service Quality 41

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Minat Beli 42

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas 42

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 52

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia 52

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Uang Saku 53

Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pernah Berbelanja di Lazada Indonesia 53

Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Kategori Belanja di Lazada Indonesia 54

Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Kategori Belanja di Lazada Indonesia 54

Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Pernah Belanja di Situs Serupa selain Lazada Indonesia 55

Tabel 4.8 Responden Berdasarkan Dari Mana Mengetahui Situs Lazada 55

Tabel 4.9 Deskriptif Variabel 56

Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap E- Service Quality 57

Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Minat Pembelian Produk Busana Muslim di Lazada Indonesia 58

Tabel 4.12 Uji Autokorelasi 61

Tabel 4.13 Uji Linieritas 62

Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Model 1 62

Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Model 2 65

Tabel 4.16 Hasil Pengujian Hipotesis Model 2..... 69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Contoh Skala Continous Rating Scale 43

Gambar 4.1 Struktur Organisasi di Lazada Indonesia 51

Gambar 4.2 Normalitas Data.....59

Gambar 4.3 Uji Heteroskedastitas 60