

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	8
E. Ruang Lingkup Penelitian	10
F. Asumsi Penelitian.....	11
G. Hipotesis Penelitian	12
H. Definisi Istilah.....	13
I. Kajian Penelitian Terdahulu	13
BAB II KAJIAN TEORI	19

A. Manajemen Pemasaran	19
1. Pengertian.....	19
2. Fungsi Pemasaran	20
B. <i>Online Shop</i>	21
1. Pengertian.....	21
2. Dimensi <i>Online Shop</i>	22
3. Dasar Hukum Islam Tentang Jual Beli Online Menurut Fatwa MUI	27
C. Minat Beli	30
1. Pengertian Minat Beli	30
2. Dimensi Minat Beli.....	31
3. Faktor-faktor Minat Beli	33
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Rancangan Penelitian.....	36
B. Populasi dan Sampel.....	37
C. Sumber Data.....	39
D. Instrumen Penelitian	40
E. Pengumpulan Data.....	43
F. Analisis Data	45
BAB IV DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN	53
A. Deskripsi Data.....	53
B. Pembuktian Hipotesis	75

C. Pembahasan	77
BAB V PENUTUP	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	81
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	86
LAMPIRAN-LAMPIRAN	87
RIWAYAT HIDUP	117