

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	13
C. Tujuan Penelitian .....	13
D. Kegunaan Penelitian .....	14
E. Definisi Istilah .....	15
F. Kajian Penelitian Terdahulu .....	17
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>20</b>
A. E-commerce .....	20
B. Jenis-jenis E-commerce.....	24
C. Kelebihan E-commerce .....	26
D. Kekurangan E-commerce .....	28

E. Konsep Dasar Marketing Mix .....	30
F. Pengertian Penjualan .....	34
G. Hukum Jual Beli Online Menurut Islam .....	38
H. Konsep Bai' As-salam .....	40
I. Pengertian Shopee .....	43
<b>BAB III Metode Penelitian .....</b>	<b>49</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	49
B. Kehadiran Peneliti .....	49
C. Lokasi Penelitian .....	50
D. Sumber Data .....	51
E. Prosedur Pengumpulan Data .....	52
F. Analisis Data .....	56
G. Pengecekan Keabsahan Data .....	57
<b>BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN, DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>60</b>
A. Deskripsi Objek Penelitian .....	60
B. Paparan Data .....	65
C. Temuan Penelitian .....	73
D. Pembahasan .....	76
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>86</b>
A. Kesimpulan .....	86
B. Saran .....	88
<b>DAFTAR RUJUKAN .....</b>	<b>89</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	