

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhamad Zulvan Aulia
NIM : 182320072
Jenjang : Magister
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa naskah tesis magister yang berjudul “PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN DISKON TERHADAP MINAT BELI PRODUK FASHION DI SHOPEE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI KOTA SERANG DAN CILEGON” ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya sesuai ketentuan yang berlaku di dunia akademik.

Apabila dikemudian hari ternyata terbukti secara meyakinkan bahwa sebagian maupun keseluruhan dari tesis ini merupakan hasil plagiat saya bersedia menerima sanksi dan konsekuensinya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Cilegon, 28 Januari 2021

Saya yang menyatakan

Muhamad Zulvan Aulia
NIM : 182320072

PENGESAHAN

Tesis berjudul : **PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN DISKON TERHADAP MINAT BELI PRODUK FASHION DI SHOPEE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI KOTA SERANG DAN CILEGON**

Nama : Muhamad Zulvan Aulia
NIM : 182320072
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tanggal Ujian : 28 Januari 2021

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Ekonomi (M.E)

Serang, Januari 2021

Direktur

Prof. Dr. H. B. Svafuri, M.Hum.
NIP: 195908101990031002

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TESIS MAGISTER

Tesis berjudul : **PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN DISKON TERHADAP MINAT BELI PRODUK FASHION DI SHOPEE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI KOTA SERANG DAN CILEGON**

Nama : Muhamad Zulvan Aulia

NIM : 182320072

Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah disetujui tim penguji ujian munaqosah

Ketua : Dr. H. Moch. Muizuddin, M.Pd (_____)

Pembimbing I : Dr. Nana Suryapermana, M.Pd (_____)

Pembimbing II : Dr. Syihabuddin, M.Si. (_____)

Penguji I : Dr. Hj. Oom Mukarromah, M.Hum (_____)

Penguji II : Dr. Sulaeman Jajuli, M.EI (_____)

Sekertaris : Dr. Hj. Umi Kultsum, M.A (_____)

Diuji di Serang pada tanggal 28 Januari 2021

Waktu : 09.00 s/d 10.00

Hasil / Nilai :

Predikat : Memuaskan/Sangat Memuaskan/Cumlaude

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth

Bapak Direktur Program Pascasarjana

UIN “SMH” Banten

Di Serang

Assalamu’alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan tesis magister yang berjudul:

“PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN DISKON TERHADAP MINAT BELI PRODUK FASHION DI SHOPEE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI KOTA SERANG DAN CILEGON”, yang ditulis oleh:

Nama : Muhamad Zulvan Aulia

NIM : 182320072

Program : Magister (S2)

Program Studi : Ekonomi Syariah

Kami sepakat bahwa tesis magister tersebut dapat diajukan pada program Pascasarjana UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten untuk mengikuti UJIAN TESIS MAGISTER guna memperoleh gelar M.E. (Magister Ekonomi).

Wassalamu’alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Nana Suryapermana, M.Pd.
NIP : 196805062000031001

Dr. Syihabuddin, M.Si.
NIP: 196701102002121001

ABSTRAK

Nama : Muhamad Zulvan Aulia, NIM: 182320072, Judul Tesis: *Pengaruh E-Service Quality Dan Diskon Terhadap Minat Beli Produk Fashion Di Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Serang Dan Cilegon.*

Dampak dari tren *online shopping* membuat setiap pelaku bisnis menginginkan produknya dikenal oleh masyarakat secara luas. Sistem jual beli sistem *online* (*e-commerce*) sama halnya dengan jual beli dalam konteks *muamalah* akan sah jika transaksi dan akadnya sesuai dalam *Al-Qur'an* maupun dalam *al-hadis*. Namun, terdapat kekurangan dari sistem belanja online, seperti masalah kualitas produk hingga kejahanatan peretasan akun pengguna. *E-service quality* merupakan hal utama dalam meminimalisir terjadinya masalah tersebut. Strategi potongan harga atau diskon dilakukan sebagai penjualan yang terencana supaya memiliki kemampuan untuk memindahkan persediaan, menarik pelanggan baru, dan mencapai target penjualan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah; 1) bagaimanakah pengaruh *E-service quality* terhadap minat beli pada produk fashion di Shopee? 2) bagaimanakah pengaruh diskon terhadap minat beli pada produk fashion di Shopee? 3) bagaimana pengaruh *E-service quality* dan diskon terhadap minat beli pada produk fashion di Shopee? 4) bagaimanakah jual beli online menurut perspektif Ekonomi Islam?

Tujuan penelitian ini adalah: 1) untuk mengetahui pengaruh *E-service quality* terhadap minat beli pada produk fashion di Shopee 2) untuk mengetahui pengaruh diskon terhadap minat beli pada produk fashion di Shopee 3) untuk mengetahui pengaruh *E-service quality* dan diskon terhadap minat beli pada produk fashion di Shopee 4) untuk mengetahui jual beli online dalam islam.

Jenis Penelitian ini adalah *asosiatif kausal* dengan pendekatan kuantitatif dengan populasi generasi millenial minimal berusia 25 dan maksimal berusia 34 yang menggunakan aplikasi Shopee di Kota Serang dan Cilegon. Perhitungan jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan perhitungan yang dijelaskan oleh Ferdinand, maka diperoleh sebanyak 50 sampel. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan angket. Teknik analisa data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi, dan uji hipotesis, koefisien korelasi (R), dan koefisien determinasi (R²).

Hasil penelitian menunjukan bahwa; *E-service quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dengan dengan sig. t sebesar 0,00 ($p < 0,05$), sehingga keputusannya **menerima H₁ dan menolak H₀**. Kemudian, diskon memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pembelian produk fashion di Shopee, dengan sig. t sebesar 0,00 ($p < 0,05$), sehingga keputusannya menerima **H₂ dan menolak H₀**. Sementara itu, *E-service quality* dan diskon secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pembelian produk fashion di Shopee, dengan sig. f sebesar 0,00 ($p < 0,05$), sehingga keputusannya menerima **H₃ dan menolak H₀**. Islam memperbolehkan jual beli online, selama tidak ada unsur keharaman didalamnya dan akad yang terkandung dalam jual beli online adalah: akad salam, wakalah dan khiyar.

Kata Kunci : *E- Service Quality, Diskon, Minat Beli Konsumen, Produk Fashion Shopee, Jual Beli Online dalam Islam*

ABSTRACT

Name: Muhamad Zulvan Aulia, NIM: 182320072, Thesis title: The Influence of E-service quality and Discount Toward Purchase Intention of Fashion Products In Shopee In An Islamic Economic Perspective on Apps Users in Serang and Cilegon Cities.

The growth of information and telecommunication technology has been felt by all people, including the general public, government, and business. The impact of online shopping trends makes every businessperson want their products to be known by the public. Also, for users shopping online is a fun thing. They don't have to bother going out of the house or going to a shopping place. Furthermore, there are weaknesses of the online shopping system, such as product quality problems and even criminal user account hacking. *E-service quality* is the main thing in minimizing these problems. then also the quality of service can strive to attract public interest in becoming consumers in the company. The discount strategy is carried out as a planned sale so that it can move inventory, attract new customers, and achieve sales targets.

Based on the explanation, the formulation of the problems are: 1) how does *E-service quality* affect the purchase intention of fashion products in Shopee? 2) how does discount affect the purchase intention of fashion products in Shopee? 3) how do *E-service quality* and discounts affect buying interest in fashion products at Shopee? 4) how is buying and selling online according to Islam?

The purposes of this research are: 1) to find out the effect of *E-service quality* on purchase intention fashion products in Shopee 2) to know the effect of discounts on purchase intention of fashion products in Shopee 3) to find out the effect of *E-service quality* and discounts on purchase intention of fashion products in Shopee. 4) to find out buying and selling online according to Islam.

This research is a quantitative study with a millennial generation population aged 25 and 34 years old who uses Shopee apps domiciled in Serang and Cilegon cities. The number of samples used in this study using the calculations described by Ferdinand obtained 50 samples. The data collection technique in this study was by giving questionnaires to respondents according to the criteria previously described. The method used is descriptive analysis, classic assumption test, regression test and hypothesis testing, correlation coefficient (R), and determination coefficient (R²).

The results of this research explain that *E-service quality* has a significant effect on consumer purchase intention with sig. t is 0.00 ($p < 0.05$), so the decision is to **accept H₁ and reject H₀**. Then, discounts have a significant influence on purchase intention of fashion products in Shopee, with sig. t is 0.00 ($p < 0.05$), so the decision is **accept H₂ and reject H₀**. Meanwhile, *E-service quality* and discounts together have a significant influence on the purchasing intention of fashion products in Shopee, with sig. f is 0.00 ($p < 0.05$), so the decision is to **accept H₃ and reject H₀**. Islam allows buying and selling online, as long as there is no element of prohibition in it and the contracts contained in buying and selling online are: salam, wakalah and khiyar contracts.

Keyword: *E-Service Quality, Discount, Purchase Intention, Fashion Products, Shopee*

الملخص

الاسم : محمد زلغان أولياء ، عدد الطلاب معرف : ١٨٢٣٢٠٠٧٢ ، عنوان الرسالة: تأثير جودة الخدمة الإلكترونية والخصم على نية شراء منتجات الأزياء في المتاجر عبر الإنترن特 (دراسات حالة عن مستخدمي تطبيقات المتجر عبر الإنترن特 في مدينة سيرانج وسيليجون)

لقد شعر جميع الناس بنمو تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، بما في ذلك عامة الناس والحكومة والشركات. إن تأثير اتجاهات التسوق عبر الإنترن特 يجعل كل رجل أعمال يريد أن تكون منتجاته معروفة للجمهور. أيضاً ، يعد التسوق عبر الإنترن特 أمراً ممتعاً للمستخدمين. ليس عليهم عناء الخروج من المنزل أو الذهاب إلى مكان التسوق. علاوة على ذلك ، هناك نقاط ضعف في نظام التسوق عبر الإنترن特 ، مثل مشاكل جودة المنتج وحتى القرصنة الجنائية لحساب المستخدم. جودة الخدمة الإلكترونية هي الشيء الرئيسي في التقليل من هذه المشاكل. ثم يمكن أيضاً أن تسعى جودة الخدمة إلى جذب اهتمام الجمهور بأن يصبحوا مستهلكين في الشركة. يتم تنفيذ استراتيجية الخصم كعملية بيع مخططة بحيث يمكنها نقل المخزون وجذب عملاء جدد وتحقيق أهداف المبيعات

وبناءً على الشرح ، فإن صياغة المشاكل هي : ١) كيف تؤثر جودة الخدمة الإلكترونية على نية شراء منتجات الأزياء في المتجر الإلكتروني؟ ٢) كيف يؤثر الخصم على نية شراء منتجات الموضة في المتجر الإلكتروني؟ ٣) كيف تؤثر جودة الخدمة الإلكترونية والخصومات على الاهتمام بشراء منتجات الأزياء من المتجر الإلكتروني؟

هذا البحث عبارة عن دراسة كمية مع جيل الألفية الذين تتراوح أعمارهم بين ٢٥ و ٣٤ عاماً من يستخدمون تطبيقات التسوق عبر الإنترن特 الموجودة في مدينة سيرانج وسيليجون. باستخدام الحسابات التي وصفها فريديناند ، حصل عدد العينات المستخدمة في هذه الدراسة على ٥٠ عينة. كانت تقنية جمع البيانات في هذه الدراسة من خلال إعطاء استبيانات للمبحوثين وفق المعايير الموضحة سابقاً. والطريقة المستخدمة هي التحليل الوصفي ، واختبار الفرضيات الكلاسيكية ، واختبار الانحدار ، وختبار الفرضية ، ومعامل الارتباط ، ومعامل التحديد

أظهرت النتائج أن؛ جودة الخدمات الإلكترونية لها تأثير كبير على مصلحة المستهلك في الشراء ، لذلك فإن القرار يقبل الفرضية الثالثة. بعد ذلك يكون للخصم تأثير كبير على الاهتمام بشراء منتجات الأزياء من المتاجر عبر الإنترننت بحيث يتخذ قرار قبول الفرضية الثانية. في حين أن جودة الخدمة الإلكترونية والخصومات معًا لها تأثير كبير على الاهتمام بشراء منتجات الأزياء في المتاجر عبر الإنترننت ، لذا فإن قرار قبول الفرضية الثالثة.

الكلمة الرئيسية: جودة الخدمة الإلكترونية ، الخصم ، نية الشراء ، منتجات الأزياء ، صوفي

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi huruf Arab yang dipakai dalam penyusunan tesis magister di lingkungan Program Pascasarjana UIN SMH Banten ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0534b/U/1987.

Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
بَ	Bâ"	B	be
تَ	Tâ"	T	te
ثَ	Sâ	Ŝ	es (dengan titik di atas)
جَ	Jim	J	je
حَ	Hâ"	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خَ	Khâ"	Kh	ka dan ha
دَ	Dâl	D	de
ذَ	Zâl	ȝ	zet (dengan titik di atas)
رَ	Râ"	ř	er
زَ	Zai	Z	zet
شَ	Sin	S	Es
شَ	Syin	Sy	es dan ye
صَ	Sâd	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ضَ	Dâd	đ	de (dengan titik di bawah)

ط	tâ"	!	te (dengan titik di bawah)
ظ	za"	ܼ	zet (dengan titik di bawah)
ع	,,ain	ܺ	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fâ"	F	Ef
ق	Qâf	Q	Qi
ك	Kâf	K	Ka
ل	Lâm	L	,,el
م	Mîm	M	,,em
ن	Nûn	N	,,en
و	Wâwû	W	W
ه	hâ"	H	Ha
ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	yâ"	Y	Ya

Konsonan rangkap karena *Syaddah* ditulis rangkap

هَدَى	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عَدَة	Ditulis	<i>'iddah</i>

***Ta' Marbūtah* di akhir kata**

1. Bila dimatikan tulis h

جَمِيعَة	Ditulis	<i>Jamā'ah</i>
جِزْيَة	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salah, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

2. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الولاء	Ditulis	<i>Karāmah al-auliyā'</i>
--------------	---------	---------------------------

3. Bila *ta' marbūtah* hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah, dan dammah ditulis t atau h

زكوة النظر	Ditulis	<i>Zakāh al-fīri</i>
------------	---------	----------------------

Vokal pendek

	Ditulis	A
	Ditulis	I
	Ditulis	U

Vokal panjang

1.	Fathah + alif 	ditulis ditulis	Ā <i>jāhiliyah</i>
2.	Fathah + ya" mati 	ditulis ditulis	Ā <i>tansā</i>
3.	Fathah + yā" mati 	ditulis ditulis	Ī <i>karīm</i>
4.	Dammah + wāwu mati 	ditulis ditulis	Ū <i>furūd</i>

Vokal rangkap

1.	Fathah + yā" mati بِنْ	ditulis ditulis	Ai <i>bainakum</i>
2.	Fathah + wāwu mati قول	ditulis ditulis	Au <i>qaul</i>

Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَنْتَ	Ditulis	<i>A'antum</i>
أَعْدَتْ	Ditulis	<i>U'iddat</i>
لَنِي شَكَرْتُنِي	Ditulis	<i>La'in syakartum</i>

Kata sandang alif + lam

4. Bila diikuti huruf *Qamariyah*

القرآن	Ditulis	<i>Al-Qur'an</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

5. Bila diikuti huruf *Syamsiyah* ditulis dengan menggunakan hurus *Syamsiyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (*el*) nya

السُّوْبَعُ	Ditulis	<i>As - Sama'</i>
الشُّوْصَرُ	Ditulis	<i>asy- Syams</i>

Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذو الفرود	Ditulis	<i>Zawi al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala pemberi segala nikmat, terutama nikmat Iman dan Islam serta nikmat kesehatan dan keselamatan, Alhamdulillah tesis ini bisa diselesaikan sesuai waktunya.

Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada panutan junjungan Nabi besar Muhammad SAW kepada keluarganya, sahabat serta para pengikutnya hingga akhir zaman.

Penulisan tesis ini dapat terwujud berkat bantuan dan motivasi dari semua pihak, oleh karena itu melalui kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya, kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Fauzul Iman, M.A., Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk belajar dan berkarya di kampus UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
2. Bapak Prof. Dr. H. B. Syafuri, M. Hum sebagai Direktur Program Pascasarjana yang telah memberikan persetujuan kepada penulis untuk menyusun tesis.
3. Bapak Dr. Nana Suryapermana sebagai ketua jurusan Ekonomi Syariah serta sebagai pembimbing I yang telah membimbing saya dalam menyusun tesis ini.
4. Bapak Dr. Syihabudin, M.Si sebagai pembimbing II yang telah membimbing penulis dengan pelayanan optimal sehingga tesis ini dapat terselesaikan.
5. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan bekal pengetahuan yang sangat berharga selama penulis kuliah di Program Pascasarjana UIN “Sultan Maulana Hasanuddin” Banten.
6. Orang tua saya, Bapak Dr. H. Mahfud Salimi, M.M. dan Ibu Dra. Hj. Salmah, M.Pd. yang sudah selalu mensupport saya baik secara moral dan moril dan telah mendidik saya dari kecil sehingga bisa menjadi sekarang ini.
7. Adik-adik saya, Fiqha Azkiya, Muhamad Hazmi Khoiri dan khususnya adik saya yang sudah terlebih dahulu meninggalkan kami Muhamad Itqonul Muttaqin. Semoga Allah Subhanahu Wa ta'ala tempatkan di tempat yang lebih

indah dan semoga kelak kita dapat berkumpul kembali ditempat yang lebih mulia.

8. Rekan-rekan seperjuangan program studi Ekonomi Syariah angkatan 2018, semoga kita tetap menjaga selau tali silaturahmi kita sampai kapanpun.

Saran dan kritik dari para pembaca merupakan sebuah apresiasi dan kontribusi untuk penulis, karena penulis menyadari dalam penulisan tesis ini jauh dari sempurna baik dari isi maupun metodologi penelitiannya. Semoga tesis ini bermanfaat bagi kita semua, amin.

Cilegon, 28 Januari 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	1
PENGESAHAN.....	2
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TESIS MAGISTER.....	3
NOTA DINAS PEMBIMBING	4
ABSTRAK.....	5
PEDOMAN TRANSLITERASI	8
KATA PENGANTAR.....	12
DAFTAR ISI	14
DAFTAR TABEL	18
DAFTAR GAMBAR.....	20
DAFTAR LAMPIRAN	21
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Masalah	Error! Bookmark not defined.
B. Identifikasi Masalah	Error! Bookmark not defined.
C. Batasan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
D. Perumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
E. Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
F. Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
G. Kerangka Berpikir	Error! Bookmark not defined.
BAB II LANDASAN TEORITIS	Error! Bookmark not defined.
A. Pengertian E-service Quality.....	Error! Bookmark not defined.

1. Definisi Kualitas Pelayanan Elektronik (*E-Service Quality*)Error! Bookmark not defined.
 2. Dimensi Kualitas Pelayanan Elektronik (*E-Service Quality*).....Error! Bookmark not defined.
 3. Kualitas Pelayanan Dalam Islam.....Error! Bookmark not defined.
 4. Ciri-ciri Pelayanan Yang BaikError! Bookmark not defined.
- B. Pengertian DiskonError! Bookmark not defined.
1. Definisi DiskonError! Bookmark not defined.
 2. Tujuan Diskon.....Error! Bookmark not defined.
 3. Indikator Diskon.....Error! Bookmark not defined.
 4. Macam-macam Diskon.....Error! Bookmark not defined.
 5. Diskon dalam Ekonomi Islam.....Error! Bookmark not defined.
- C. Pengertian Minat BeliError! Bookmark not defined.
1. Definisi Minat BeliError! Bookmark not defined.
 2. Indikator Minat BeliError! Bookmark not defined.
 3. Ciri-ciri Minat BeliError! Bookmark not defined.
 4. Minat Beli dalam islam.....Error! Bookmark not defined.
- D. Pengertian Jual Beli Online Dalam IslamError! Bookmark not defined.
1. Hukum Jual Beli OnlineError! Bookmark not defined.
 2. Akad-akad Terkait Jual Beli *Online*.Error! Bookmark not defined.
 3. Pandangan Madzhab Asy-Syafi'i Terhadap Praktik Jual Beli Online
Error! Bookmark not defined.
- E. Penelitian TerdahuluError! Bookmark not defined.
- F. HipotesisError! Bookmark not defined.
- BAB III METODOLOGI PENELITIAN**Error! Bookmark not defined.
- A. Jenis PenelitianError! Bookmark not defined.
- B. Sumber Data.....Error! Bookmark not defined.
1. Data PrimerError! Bookmark not defined.
 2. Data sekunder.....Error! Bookmark not defined.
- C. Teknik Pengumpulan Data.....Error! Bookmark not defined.
- D. Populasi dan Sampel PenelitianError! Bookmark not defined.

1. Populasi **Error! Bookmark not defined.**
 2. Sampel **Error! Bookmark not defined.**
- E. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel**Error! Bookmark not defined.**
1. Variabel Bebas (Independen Variabel).. **Error! Bookmark not defined.**
 2. Variabel Tetap/Terikat (Variabel Dependen)..... **Error! Bookmark not defined.**
- F. Instrumen Penelitian **Error! Bookmark not defined.**
- G. Uji Instrumen..... **Error! Bookmark not defined.**
1. Uji Validitas **Error! Bookmark not defined.**
 2. Uji Reliabilitas **Error! Bookmark not defined.**
- H. Teknik Analisis Data **Error! Bookmark not defined.**
1. Uji Prasyarat Analisis **Error! Bookmark not defined.**
 2. Analisis Regresi Linier Berganda..... **Error! Bookmark not defined.**
 3. Pengujian Secara Parsial (Uji T) **Error! Bookmark not defined.**
 4. Pengujian Secara Simultan (Uji F) **Error! Bookmark not defined.**
 5. Uji Koefisien Korelasi (R) **Error! Bookmark not defined.**
 6. Uji Koefisien Determinasi (R^2) **Error! Bookmark not defined.**

BAB IV HASIL PENELITIAN.....Error! Bookmark not defined.****

- A. Gambaran Objek Penelitian **Error! Bookmark not defined.**
1. Profil Singkat Shopee **Error! Bookmark not defined.**
 2. Logo Perusahaan **Error! Bookmark not defined.**
 3. Visi dan Misi Shopee..... **Error! Bookmark not defined.**
 4. Skala Usaha..... **Error! Bookmark not defined.**
 5. Produk dan Layanan **Error! Bookmark not defined.**
- B. Hasil Uji Instrumen **Error! Bookmark not defined.**
1. Pengujian Validitas..... **Error! Bookmark not defined.**
 2. Pengujian Reliabilitas..... **Error! Bookmark not defined.**
- C. Hasil Analisis Data **Error! Bookmark not defined.**
1. Analisis Deskriptif Responden..... **Error! Bookmark not defined.**
 2. Analisis Deskriptif Variabel..... **Error! Bookmark not defined.**

D. Hasil Uji Prasyarat Analisis Data.....**Error! Bookmark not defined.**

1. Uji Normalitas.....**Error! Bookmark not defined.**
2. Uji Heteroskedastisitas**Error! Bookmark not defined.**
3. Uji Autokorelasi**Error! Bookmark not defined.**
4. Uji Linieritas**Error! Bookmark not defined.**

E. Pengujian Hipotesis**Error! Bookmark not defined.**

1. Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Minat Beli**Error! Bookmark not defined.**
2. Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli .**Error! Bookmark not defined.**
3. Pengaruh E-Service Quality dan Diskon Terhadap Minat Beli.....**Error! Bookmark not defined.**

F. Pembahasan.....**Error! Bookmark not defined.**

1. Pengaruh E-Service Quality Terhadap Minat Beli**Error! Bookmark not defined.**
2. Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli .**Error! Bookmark not defined.**
3. Pengaruh E-Service Quality dan Diskon Terhadap Minat Beli.....**Error! Bookmark not defined.**
4. Jual Beli Online Menurut Perspektif Ekonomi Islam. **Error! Bookmark not defined.**

BAB V PENUTUP**Error! Bookmark not defined.**

- A. Kesimpulan**Error! Bookmark not defined.**
- B. Implikasi**Error! Bookmark not defined.**
- C. Saran**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA**Error! Bookmark not defined.**

LAMPIRAN – LAMPIRAN**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR RIWAYAT HIDUP**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Produk Paling Diminati dalam Belanja Online Indonesia	30
Tabel I. 2 Survei E-commerce Paling Populer oleh Konsumen	32
Tabel III. 1 Operational Variabel.....	84
Tabel III. 2 Instrumen Penelitian.....	85
Tabel IV. 1 Hasil Uji Validitas <i>E-Service Quality</i>	96
Tabel IV. 2 Hasil Uji Validitas Diskon.....	97
Tabel IV. 3 Hasil Uji Validitas Minat Beli	98
Tabel IV. 4 Hasil Uji Validitas Reliabilitas	99
Tabel IV. 5 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	100
Tabel IV. 6 Responden Berdasarkan Domisili	101
Tabel IV. 7 Responden Berdasarkan Usia	101
Tabel IV. 8 Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	102
Tabel IV. 9 Responden Berdasarkan Pernah Berbelanja di Shopee	103
Tabel IV. 10 Responden Berdasarkan Kategori Belanja di Shopee	103
Tabel IV. 11 Berdasarkan Banyaknya Belanja di Shopee Dalam 3 Bulan	103
Tabel IV. 12 Responden Berdasarkan Pernah Belanja Selain Shopee	104
Tabel IV. 13 Responden Berdasarkan Dari Mana Mengetahui Situs Shopee	106
Tabel IV. 14 Deskriptif Variabel	106
Tabel IV. 15 Tanggapan Responden Terhadap <i>E- Service Quality</i>	107
Tabel IV. 16 Tanggapan Responden Terhadap Diskon Harga.....	108
Tabel IV. 17 Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli Produk Fashion Di Shopee.....	109
Tabel IV. 18 Uji Autokorelasi	111
Tabel IV. 19 Uji Linieritas <i>E-Service Quality</i> Terhadap Minat Beli.....	112
Tabel IV. 20 Uji Linieritas Diskon Terhadap Minat Beli	113
Tabel IV. 21 Hasil Analisis Model Regresi 1.1.....	114
Tabel IV. 22 Hasil Analisis Regresi Model 1.2.....	116
Tabel IV. 23 Hasil Analisis Regresi Model 2	119

Tabel IV.23 Hasil Uji Hipotesis124

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Masalah yang Dikhawatirkan dalam Belanja Online	28
Gambar I. 2 Perilaku Belanja Online	34
Gambar I. 3 Kerangka Berfikir.....	39
Gambar IV. 1 Halaman Utama Website Shopee	95
Gambar IV. 2 Logo Shopee.....	96
Gambar IV. 3 Normalitas Data.....	111
Gambar IV. 4 Uji Heteroskedastisitas	112
Gambar IV. 5 Hasil Pengujian Hipotesis	122

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	136
Lampiran 2 Data Responden	143
Lampiran 3 Identitas Responden	147
Lampiran 4 Uji Validitas.....	150
Lampiran 5 Uji Reliabilitas	156
Lampiran 6 Uji Normalitas	155
Lampiran 7 Uji Heteroskedastisitas.....	162
Lampiran 8 Uji Linieritas.....	166
Lampiran 9 Uji Autokorelasi.....	170
Lampiran 10 Analisis Deskriptif	174
Lampiran 11 Uji Regresi Model 1.1	174
Lampiran 12 Uji Regresi Model 1.2	175
Lampiran 13 Uji Regresi Model 2	177