

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	18
1.3.1 Tujuan Penelitian	18
1.3.2 Kegunaan Penelitian	19
1.4 Sistematika Penulisan	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	24
2.1 Landasan Teori	24
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen.....	24
2.1.2 Teori Konsumsi Islam.....	28
2.1.2 TAM (Technology Acceptance Model).....	33
2.1.3 Persepsi Kemudahan.....	34
2.1.4 Persepsi Kegunaan.....	36
2.1.5 Sikap.....	39
2.1.6 Harga	40
2.1.7 Diskon	42
2.1.8 Impulsive Buying	44
2.1.9 Pembelian Impulsif pada Produk Fesyen Halal	47
2.1.10 Sedekah.....	51

2.1.11	Penelitian Terdahulu	52
2.2	Kerangka Pemikiran	60
2.3	Hubungan antar Variabel.....	61
2.3.1	Hubungan Persepsi Kegunaan terhadap Sikap	62
2.3.2	Hubungan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Sikap.....	62
2.3.3	Hubungan Sikap terhadap Pembelian impulsif.....	63
2.3.4	Hubungan Harga terhadap Pembelian impulsif.....	64
2.3.5	Hubungan Diskon terhadap Pembelian impulsif	65
2.3.6	Hubungan Sedekah dalam Memoderasi Sikap terhadap Pembelian Impulsif	66
2.3.7	Hubungan Sedekah dalam Memoderasi Harga terhadap Pembelian Impulsif	67
2.3.8	Hubungan Sedekah dalam Memoderasi Diskon terhadap Pembelian Impulsif....	68
2.4	Hipotesis Penelitian	69
BAB III METODE PENELITIAN.....		71
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	71
3.1.1	Variabel Penelitian	71
3.1.2	Definisi Operasional	72
3.2	Populasi dan Sampel.....	78
3.2.1	Populasi	78
3.2.2	Sampel	79
3.3	Jenis dan Sumber Data	81
3.3.1	Data Primer	81
3.3.2	Data Sekunder	81
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	82
3.4.1	Studi Pustaka	82
3.4.2	Kuesioner.....	82
3.4.3	Pertanyaan Kejujuran	83
3.5	Metode Analisis Data	84
3.5.1	Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian.....	84
3.5.2	Analisis Structural Equation Modelling-Partial Least Square (SEM-PLS).....	85
3.5.3	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	89
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		100
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	100
4.1.1	Gambaran Umum Objek.....	100

4.1.2	Gambaran Umum Responden.....	102
4.1.3	Karakteristik Demografi Responden	103
4.1.4	Karakteristik Konsumen Muslim Kota Semarang Pengguna Shopee.....	106
4.2	Analisis Data	107
4.2.1	Pengujian Instrumen Penelitian	107
4.2.2	Analisis Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS).....	109
4.3	Interpretasi Hasil.....	122
4.3.1	Pengujian Hipotesis Penelitian	122
4.3.2	Pembahasan	127
BAB V PENUTUP		136
5.1	Kesimpulan.....	136
5.2	Keterbatasan	138
5.3	Saran.....	138
5.3.1	Saran Bagi Konsumen Muslim.....	138
5.3.2	Saran Bagi Penelitian yang Akan Datang.....	139
DAFTAR PUSTAKA		141



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah Kunjungan Situs Shopee, Tokopedia, Lazada, dan Blibli (Oktober 2024-Maret 2025).....	4
Gambar 1.2	Hasil Pra-Survei Perilaku Impulsive Buying Terkait Produk Fesyen Halal pada Pengguna E-commerce Kota Semarang.....	8
Gambar 2.1	Kurva Indiferen	27
Gambar 2.2	Optimalisasi Konsumsi dengan Memaksimalkan Penggunaan Budget Line	31
Gambar 2.3	Optimalisasi Konsumsi dengan Meminimalkan Penggunaan Budget Line	32
Gambar 2.4	Kurva Indiferen Harga	41
Gambar 2.5	Kurva Indiferen Diskon.....	43
Gambar 2.6	Kerangka Pemikiran.....	61
Gambar 4.1	Contoh Produk Fesyen Halal pada Aplikasi Shopee.....	102

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Transaksi E-commerce di Indonesia Periode 2019-2024.....	2
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	52
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	73
Tabel 3.2	Skala Likert dan Score.....	82
Tabel 3.3	Tabel Pertanyaan Kejujuran.....	83
Tabel 3.4	Rule of Thumb SEM-PLS	87
Tabel 3.5	Nilai Koefisien Determinasi (R ²).....	93
Tabel 3.6	Nilai Effect Size (F ²).....	95
Tabel 4.1	Karakteristik Demografi Responden Penelitian	103
Tabel 4.2	Kriteria Konsumen Muslim Kota Semarang Pengguna Shopee	106
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Instrumen.....	108
Tabel 4.4	Uji Reliabel Instrumen.....	109
Tabel 4.5	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	112
Tabel 4.6	Hasil Average Variance Extracted.....	113
Tabel 4.7	Hasil Uji Discriminant Validity.....	114
Tabel 4.8	Hasil Pengujian HTMT	115
Tabel 4.9	<i>Output Composite Reliability</i>	117
Tabel 4.10	Output Cornbach's Alpha	117
Tabel 4.11	Hasil Pengujian R-Square.....	118
Tabel 4.12	Hasil Uji Predictive Relevace (Q ²).....	119
Tabel 4.13	Hasil Uji Effect Size (F-Square).....	120
Tabel 4.14	Hasil Uji Path Coefficient	121
Tabel 4.15	Hasil Uji Hipotesis	122

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	145
Kuesioner Penelitian	145
LAMPIRAN B.....	153
Data Responden	153
LAMPIRAN C.....	159
Tabulasi Data Kuesioner Kejujuran.....	159
Tabulasi Data 1	164
Tabulasi Data 2	170
LAMPIRAN D	176
Output Data Sem-Pls.....	176
Hasil Uji Pls Algorithm	177
Outer Loadings	178
Cross Loadings.....	179
Validitas Dan Reliabilitas Konstruk	180
R-Square	180
F-Square.....	180
Uji Koefisien Jalur	181
Hasil Uji <i>Bootstraping</i>	181