

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	iii
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Hasil Penelitian	7
BAB II KERANGKA TEORITIS	8
A. Tinjauan Pustaka	8
1. Keputusan Pembelian	8
2. Prinsip Syariah	18
3. Perilaku Konsumen dalam Islam	22
4. Konsep E-Commerce	26
B. Penelitian Terdahulu	30
C. Kerangka Pemikiran	33
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Metode Penelitian	37
B. Sumber Data	38
C. Informan	38
D. Teknik Pengumpulan Data	40
1. Wawancara	40
2. Kuisioner	41

E. Instrumen Penelitian.....	41
F. Pengujian Kredibilitas Data.....	41
G. Teknik Analisis Data.....	42
H. Waktu dan Tempat Penelitian	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Profil Objek Penelitian	45
1. Profil Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi	45
2. Visi dan Misi Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi:	46
3. Struktur Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi	47
B. Hasil dan Pembahasan.....	49
1. Pengenalan Masalah.....	49
2. Pencarian Informasi	51
3. Evaluasi Alternatif	52
4. Keputusan Pembelian	53
5. Evaluasi Pasca Pembelian.....	54
6. Prinsip Keadilan	55
7. Prinsip Kebersihan	57
8. Prinsip Kesederhanaan	57
9. Prinsip Kemurahan Hati	58
10. Prinsip Moralitas.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	viii