

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
NOTA DINAS.....	iv
REKOMENDASI PEMBIMBING.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
MOTTO .....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xix
DAFTAR TABEL.....	xxiii
DAFTAR GAMBAR.....	xxv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
E. Telaah Pustaka.....	4
F. Hipotesis Penelitian.....	8
G. Sistematika Pembahasan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10

A. <i>E-commerce</i> .....	10
1. Transaksi Online .....	10
2. Ruang Lingkup <i>E-commerce</i> .....	11
3. Mekanisme Pembayaran Secara Online.....	14
4. Keuntungan bertransaksi online.....	16
5. Kelemahan bertransaksi secara online .....	17
B. Jual Beli .....	18
1. Prinsip Berdagang dalam Islam .....	18
2. Transaksi As-salam.....	20
3. Syarat bai' as-salam .....	21
4. Persamaan dan Perbedaan <i>E-commerce</i> dan As-salam.....	25
C. Pengambilan Keputusan .....	
1. Kepercayaan ( <i>Trust</i> ).....	36
2. Kemudahan ( <i>easy of use</i> ).....	37
3. Kualitas Pelayanan ( <i>Quality Service</i> ) .....	38
4. Amanah dan Tanggung Jawab.....	39
BAB III .....	40
METODE PENELITIAN .....	40
A. Lokasi Penelitian .....	40
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	40
C. Sifat dan Jenis Penelitian.....	40
D. Populasi dan Sampel.....	41
E. Jenis Data.....	41
1. Data Primer .....	41
2. Data Sekunder.....	41

F. Pengumpulan Data.....	42
G. Variabel Penelitian.....	42
1. Variabel Independen (X).....	42
2. Variabel Dependen (Y).....	42
H. Definisi Operasional Variabel.....	43
I. Skala Pengukuran Variabel.....	43
J. Uji Instrumen.....	44
1. Uji Validitas.....	44
K. Uji Reliabilitas.....	44
L. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	45
M. Analisis Lanjut (Uji F Uji t dan Uji F).....	46
N. Metode Analisis Data.....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN, ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
A. Profil Pondok Pesantren Nurul Ummah Kotagede Yogyakarta.....	48
B. Hasil Pengumpulan Data.....	50
C. Analisis Karakteristik Responden.....	52
1. Usia.....	52
2. Angkatan.....	53
3. Universitas.....	54
D. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen.....	54
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Kepercayaan/ <i>Trust</i> .....	55
2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Kemudahan.....	57
3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Kualitas Service.....	58
4. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Amanah.....	59
5. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Bertransaksi Secara Online.....	60

E. Uji Asumsi Model Regresi Linear .....	61
1. Error Berdistribusi Normal .....	61
2. Homokedasitas .....	62
3. Multikolinearitas .....	63
4. Autokorelasi .....	64
F. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Pengaruh Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2), Kualitas Service (X3), Amanah (X4) Terhadap Bertransaksi Secara Online (Y).....	65
1. Pengaruh Variabel Kepercayaan (X1) Terhadap Bertransaksi Secara Online (Y).....	65
2. Pengaruh Variabel Kemudahan (X2) Terhadap Bertransaksi Secara Online (Y).....	68
3. Pengaruh Variabel Kualitas Servis (X3) Terhadap Bertransaksi Secara Online (Y).....	70
4. Pengaruh Variabel Amanah (X4) Terhadap Bertransaksi Secara Online (Y) .....	73
5. Pengaruh Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2), Kualitas Service (X3), Amanah (X4) Terhadap Bertransaksi Secara Online (X4). .....	75
6. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Service dan Amanah Terhadap Bertransaksi Secara Online Prespektif Ekonomi Islam .....	78
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>81</b>
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>84</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan <i>E-commerce</i> dengan As-salam.....	32
Tabel 2.2 Indikator Kepercayaan ( <i>trust</i> ).....	37
Tabel 2.3 Indikator Kemudahan ( <i>Easy Of Use</i> ).....	38
Tabel 3.1 nilai pernyataan favorable (positif) dan pernyataan unfavorable (negativ)....	43
Tabel 4.1 Pengumpulan Data Kuisisioner.....	51
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Angkatan.....	53
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Universitas.....	54
Tabel 4.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Kepercayaan/ <i>Trust</i> .....	56
Tabel 4.6 Reliability Statistics.....	56
Tabel 4.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Kemudahan.....	57
Tabel 4.8 Reliability Statistics.....	57
Tabel 4.9 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Kualitas Service.....	58
Tabel 4.10 Reliability Statistics.....	58
Tabel 4.11 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Amanah.....	59
Tabel 4.12 Reliability Statistics.....	59
Tabel 4.13 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Bertransaksi Secara Online....	60
Tabel 4.14 Reliability Statistics.....	61
Tabel 4.15 Hasil Analisis Pengaruh Variabel Kepercayaan (X1) Terhadap Bertransaksi Secara Online (Y).....	65
Tabel 4.16 Hasil Analisis Pengaruh Variabel Kepercayaan (X1) Terhadap Bertransaksi Secara Online (Y).....	66
Tabel 4.17 Hasil Analisis Pengaruh Variabel Kepercayaan (X1) Terhadap Bertransaksi Secara Online (Y).....	67
Tabel 4.18 Hasil Analisis Pengaruh Variabel Kemudahan (X2) Terhadap Bertransaksi Secara Online (Y).....	68

Tabel 4.19 Hasil Analisis Pengaruh Variabel Kemudahan (X2) Terhadap Bertransaksi Secara Online (Y).....	69
Tabel 4.20 Hasil Analisis Pengaruh Variabel Kemudahan (X2) Terhadap Bertransaksi Secara Online (Y).....	69
Tabel 4.21 Hasil Analisis Pengaruh Variabel Kualitas Servis (X3) Terhadap Bertransaksi Secara Online (Y).....	70
Tabel 4.22 Hasil Analisis Pengaruh Variabel Kualitas Servis (X3) Terhadap Bertransaksi Secara Online (Y).....	71
Tabel 4.23 Hasil Analisis Pengaruh Variabel Kualitas Servis (X3) Terhadap Bertransaksi Secara Online (Y).....	72
Tabel 4.24 Hasil Analisis Pengaruh Variabel Amanah (X4) Terhadap Bertransaksi Secara Online (Y).....	73
Tabel 4.25 Hasil Analisis Pengaruh Variabel Amanah (X4) Terhadap Bertransaksi Secara Online (Y).....	74
Tabel 4.26 Hasil Analisis Pengaruh Variabel Amanah (X4) Terhadap Bertransaksi Secara Online (Y).....	74
Tabel 4.27 Hasil Analisis Pengaruh Pengaruh Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2), Kualitas Service (X3), Amanah (X4) Terhadap Bertransaksi Secara Online (Y).....	75
Tabel 4.28 Hasil Analisis Pengaruh Pengaruh Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2), Kualitas Service (X3), Amanah (X4) Terhadap Bertransaksi Secara Online (X4).....	76
Tabel 4.29 Hasil Analisis Pengaruh Pengaruh Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2), Kualitas Service (X3), Amanah (X4) Terhadap Bertransaksi Secara Online (X4).....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pengguna Internet di Indonesia .....	2
Gambar 3.1 Paradigma Penelitian .....	42
Gambar 4.1 Normal P-P <i>Plot of Regression Standardized Residual</i> .....	62
Gambar 4.2 <i>Scatterplot</i> .....	63

