

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PENYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACK.....	vi
RIWAYAT HIDUP.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
1. Secara Teoritis.....	6
2. Secara Praktis.....	6
E. Kerangka Berfikir.....	7
F. Hipotesis.....	8
G. Hasil Penelitian Terdahulu.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Jual Beli.....	13
1. Pengertian Jual Beli dalam Islam.....	13
2. Jual Beli yang Dilarang dalam Islam.....	13
3. Tujuan dan Hikmah Jual beli dalam Islam.....	15
4. Resiko dalam Jual Beli.....	17
B. Etika Bisnis Islam.....	18
1. Pengertian Etika Bisnis Islam.....	18
2. Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam.....	19
3. Prinsip - Prinsip Etika Bisnis Islam.....	21

C.	Harga	22
1.	Pengertian Harga.....	22
2.	Tujuan Penetapan Harga	23
3.	Indikator Harga	25
4.	Harga dalam Pandangan Islam.....	26
D.	Kualitas Produk	28
1.	Pengertian Kualitas	28
2.	Pengertian Produk	28
3.	Pengertian Kualitas Produk.....	29
4.	Kualitas Produk dalam Pandangan Islam.....	31
5.	Indikator Kualitas Produk	32
E.	Minat Beli.....	33
1.	Pengertian Minat Beli	33
2.	Aspek-Aspek Minat Beli.....	34
3.	Indikator Minat Beli.....	35
4.	Minat Beli Menurut Ekonomi Islam	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		38
A.	Pendekatan dan Metode Penelitian.....	38
B.	Jenis dan Sumber Data.....	38
1.	Data Premier	38
2.	Data Sekunder.....	38
C.	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	39
D.	Skala Pengukuran Variabel.....	41
E.	Populasi dan Sampel.....	41
1.	Populasi.....	41
2.	Sampel.....	41
F.	Teknik Pengumpulan Data.....	42
1.	Kuisisioner	42
2.	Wawancara.....	42
3.	Observasi.....	42
4.	Dokumentasi	42
G.	Teknik Analisis Data	43
1.	Uji Instrumen Data.....	43
2.	Uji Normalitas	44

3.	Uji Asumsi Klasik.....	44
4.	Metode Analisis deskriptif	45
5.	Metode Analisis Regresi Linier Berganda	45
6.	Uji Hipotesis.....	45
7.	Uji Koefisien Determinasi (R2)	46
H.	Lokasi Penelitian	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		48
A.	Hasil Penelitian.....	48
1.	Sejarah Singkat Pasar Cimol Gedebage Bandung.....	48
2.	Analisis Data Penelitian	49
3.	Uji Normalitas	50
4.	Uji Asumsi Klasik.....	51
5.	Deskriptif Variabel Penelitian	53
6.	Uji Regresi Linier Berganda	57
7.	Uji Hipotesis.....	59
8.	Uji Koefisiensi Determinasi (R2).....	61
B.	Pembahasan	62
BAB V PENUTUP.....		64
A.	Kesimpulan.....	64
B.	Saran.....	65
C.	Penutup.....	65
DAFTAR PUSTAKA		66
LAMPIRAN.....		69
RIWAYAT HIDUP.....		91

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Volume Penjualan Online Pasar Cimol Gedebage Bandung	4
Tabel 1. 2 Volume Penjualan Offline Pasar Cimol Gedebage Bandung.....	5
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	39
Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert.....	41
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas	49
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4. 3 Hasil Uji Multikolinieritas.....	51
Tabel 4. 4 Hasil Deskriptif Variabel Penelitian.....	53
Tabel 4. 5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	57
Tabel 4. 6 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T).....	59
Tabel 4. 7 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	61
Tabel 4. 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	61



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Kerangka Pemikiran	8
Gambar 4. 1 Uji Normalitas Normal Probability Plot.....	51
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	52

