

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSYAH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
HALAMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	16
C. Tujuan Penelitian.....	16
D. Manfaat Penelitian.....	15
E. Sistematis Penulisan.....	17
<b>BAB II    LANDASAN TEORITIS</b>	
A. Deskripsi Teori.....	18
1. Etika Bisnis Islam.....	18
a. Teori etika bisnis Islam.....	18
b. Pengertian etika bisnis Islam.....	19
c. Tujuan etika bisnis Islam.....	24
d. Manfaat etika bisnis Islam.....	25
e. Prinsip etika bisnis Islam.....	26
f. Asas etika bisnis Islam.....	28
g. Cara mempertahankan etika bisnis Islam.....	28
h. Pengaruh etika bisnis Islam terhadap minat beli.....	31
2. Harga.....	31
a. Teori harga.....	31
b. Pengertian harga.....	32
c. Tujuan penetapan harga.....	32
d. Tahap-tahap penetapan harga.....	33
e. Faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan penetapan harga.....	33

f.	Metode penetapan harga jual produk .....	35
g.	Pengaruh harga terhadap minat beli .....	36
3.	Promosi .....	37
a.	Teori promosi .....	37
b.	Pengertian promosi.....	38
c.	Tujuan promosi .....	38
d.	Jenis sarana promosi.....	39
e.	Manfaat promosi .....	41
f.	Pengaruh promosi terhadap minat beli .....	41
4.	Kualitas Pelayanan .....	41
a.	Teori kualitas pelayanan .....	41
b.	Pengertian kualitas pelayanan .....	42
c.	Prinsip-prinsip kualitas pelayanan .....	43
d.	Manfaat kualitas pelayanan .....	44
e.	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli .....	45
5.	Minat Beli .....	45
a.	Teori minat beli.....	45
b.	Pengertian minat beli.....	45
c.	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli.....	46
d.	Tahapan minat beli .....	46
e.	Indikator minat beli .....	48
B.	Penelitian Terdahulu .....	48
C.	Kerangka Berpikir .....	53
D.	Hipotesis Penelitian .....	56
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
A.	Jenis Dan Pendekatan Penelitian .....	57
B.	Populasi Dan Sampel .....	57
C.	Tata variabel penelitian .....	59
D.	Definisi Operasional .....	59
E.	Teknik Pengumpulan Data .....	62
F.	Uji validitas dan reliabilitas instrumen .....	64
G.	Uji asumsi klasik .....	65
H.	Analisis data .....	68
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	71
1.	Sejarah Berdirinya J-han Jilbab Kudus.....	71
2.	Profil perusahaan J-han Jilbab Kudus .....	71

3.	Visi dan Misi .....	72
4.	Struktur organisasi.....	72
B.	Gambaran Umum Responden .....	74
1.	Deskripsi Identitas Responden.....	74
2.	Jenis Kelamin Responden.....	74
3.	Umur Responden.....	75
4.	Pendidikan Terakhir .....	75
5.	Jumlah pembelian .....	76
C.	Deskripsi Angket .....	76
1.	Variabel Etika Bisnis Islam.....	76
2.	Variabel Harga .....	80
3.	Variabel Promosi .....	83
4.	Variabel Kualitas Pelayanan .....	86
5.	Variabel Minat Beli.....	91
D.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	94
1.	Uji Validitas.....	94
2.	Uji Reliabilitas .....	97
E.	Uji Asumsi Klasik .....	98
F.	Uji Statistik.....	102
G.	Uji Hipotesis.....	107
H.	Pembahasan .....	109
1.	Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Minat Beli .....	109
2.	Pengaruh Harga terhadap Minat Beli .....	110
3.	Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli .....	111
4.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli .....	112
5.	Pengaruh Etika Bisnis Islam, Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli .....	113
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b>	
A.	Simpulan .....	116
B.	Keterbatasan Penelitian.....	117
C.	Saran .....	117
D.	Penutup .....	117

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN PENULIS**

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1	: Kerangka Berpikir .....	55
Gambar 4.1	: Struktur Organisasi J-han Jilbab Kudus .....	72
Gambar 4.1	: Hasil Uji Multikolinieritas .....	100
Gambar 4.2	: Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	100
Gambar 4.3	: Hasil Uji Normalitas Histogram .....	101
Gambar 4.4	: Hasil Uji Normalitas P-P Plot .....	101

