

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Etika Bisnis Islam	9
1. Pengertian Etika Bisnis Islam.....	9
2. Etika Bisnis Nabi Muhammad SAW.....	10
3. Fungsi Etika Bisnis Islam.....	11
4. Parameter Etika Bisnis Islam.....	12
5. Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam	12
6. Indikator Etika Bisnis Islam	14
B. Inovasi Produk	15
1. Pengertian Inovasi Produk.....	15
2. Kategori Inovasi Produk.....	17
3. Faktor-Faktor Inovasi Produk	18
4. Indikator Inovasi Produk	19
C. Kualitas Produk.....	20
1. Pengertian Kualitas Produk	20

2. Indikator Kualitas Produk	22
D. Kinerja Pemasaran	23
1. Pengertian Kinerja Pemasaran.....	23
2. Indikator Kinerja Pemasaran	25
E. Penelitian Terdahulu	25
F. Kerangka Berfikir.....	28
G. Hipotesis.....	30
1. Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Kinerja Pemasaran.....	30
2. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran.....	31
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kinerja Pemasaran.....	31
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	33
B. Populasi dan Sampel	33
C. Identifikasi Variabel.....	34
D. Variabel Operasional.....	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	36
F. Teknik Analisis Data.....	38
1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	38
2. Uji Asumsi Klasik	39
3. Uji Hipotesis.....	40
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	42
1. Gambaran Umum UKM Hijab Kalinyamatan Jepara	42
2. Gambaran Subyek Penelitian	43
3. Instrumen Penelitian.....	45
a. Uji Validitas Instrumen	45
b. Uji Reliabilitas Instrumen	48
4. Deskripsi Data	49
a. Etika Bisnis Islam (X1).....	50
b. Inovasi Produk (X2).....	51
c. Kualitas Produk (X3)	52
d. Kinerja Pemasaran (Y).....	53

5. Uji Asumsi Klasik	53
a. Uji Normalitas	54
b. Uji Multikolonieritas	55
c. Uji Heteroskedastisitas	55
6. Hasil Analisis Statistik	56
a. Analisis Regresi Berganda	56
b. Uji t.....	58
c. Koefisien Determinasi.....	60
B. Pembahasan	61
1. Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Kinerja Pemasaran.....	61
2. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran.....	63
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kinerja Pemasaran.....	65
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	69
B. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu.....	25
3.1 Variabel Operasional.....	35
3.2 Skala Perbandingan	38
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	45
4.4 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	46
4.5 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	47
4.6 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	47
4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	48
4.8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	49
4.9 Data Hasil Penelitian	49
4.10 Hasil Uji Multikolonieritas.....	55
4.11 Hasil Regresi Linier Berganda	57
4.12 Hasil Uji t	58
4.13 Hasil Koefisien Determinasi.....	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	30
4.1 Hasil Uji Normalitas	54
4.2 Hasil Uji Normalitas	54
4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56

