

DAFTAR ISI

Halaman

SAMPUL DALAM	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
DAFTAR TRANSLITERASI	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kegunaan Hasil Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
A. Landasan Teori	14
1. Religiusitas	14
a. Definisi Religiusitas	14
b. Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas	16
c. Fungsi Religiusitas	16
d. Dimensi Religiusitas	17
2. Pasar dan Persaingan Usaha	19
a. Definisi Pasar	19
b. Mekanisme Pasar dalam Islam	22
c. Persaingan Usaha	25
3. Perilaku Bisnis Perspektif Islam	31

a. Definisi Perilaku Bisnis	31
b. Definisi Etika Bisnis Islam	33
c. Prinsip Dasar Etika Berperilaku dalam Berbisnis Perspektif Islam	35
B. Penelitian Terdahulu yang Relevan	41
C. Kerangka Konseptual	44
D. Hipotesis	45
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Jenis Penelitian	47
B. Waktu dan Tempat Penelitian	48
C. Populasi dan Sampel	48
D. Variabel Penelitian	50
E. Definisi Operasional	51
F. Uji Validitas dan Reliabilitas	52
G. Jenis dan Sumber Data	54
1. Jenis Data	54
2. Sumber Data	54
H. Teknik Pengumpulan Data	55
I. Teknik Analisis Data	57
BAB IV HASIL PENELITIAN	64
A. Deskripsi Umum Objek Penelitian	64
1. Sejarah Berdirinya Pasar Sidorejo	64
2. Lokasi Pasar Sidorejo	65
3. Sarana dan Prasarana Pasar	65
4. Struktur Organisasi	66
B. Analisis Data	67
1. Deskriptif Analisis	67
2. Uji Validitas dan Reliabilitas	82
3. Uji Asumsi Klasik	85
4. Analisis Regresi Linier Berganda	89
5. Pengujian Hipotesis	91

BAB V	PEMBAHASAN	96
BAB VI	PENUTUP	108
	A. Kesimpulan	108
	B. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA		111
LAMPIRAN		