

DAFTAR ISI

COVER	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINIL SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
1.3.1 Tujuan Penelitian	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian	9
1.4 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	12
2.1.2 Teori Perilaku Konsumen Muslim.....	17
2.1.3 Teori Kepuasan Konsumen.....	19
2.1.4 Etika Bisnis Islam	21
2.1.5 Persepsi Harga	23
2.1.6 Kualitas Produk.....	24
2.2 Hubungan Antar Variabel	25
2.2.1 Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Kepuasan Konsumen	25
2.2.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen	26
2.2.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.....	26
2.3 Penelitian Terdahulu	27
2.4 Kerangka Pemikiran.....	31

2.5	Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN.....		35
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	35
3.1.1	Variabel Penelitian.....	35
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	35
3.2	Populasi dan Sampel.....	37
3.2.1	Populasi.....	37
3.2.2	Sampel.....	37
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	39
3.3.1	Jenis Data.....	39
3.3.2	Sumber Data.....	39
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	40
3.4.1	Observasi.....	40
3.4.2	Angket (Kuesioner).....	40
3.5	Metode Analisis Data.....	41
3.5.1	Analisis Deskriptif	41
3.5.2	Uji Validitas	43
3.5.3	Uji Reabilitas	43
3.5.4	Deteksi Penyimpangan Asumsi Klasik.....	44
3.5.4.1	Deteksi Normalitas	44
3.5.4.2	Deteksi Multikolinieritas	45
3.5.4.3	Deteksi Heteroskedasitas.....	45
3.5.5	Uji Hipotesis	46
3.5.5.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
3.5.5.2	Uji Signifikansi Pengaruh Simultan (Uji F)	47
3.5.5.3	Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t).....	48
3.5.5.4	Koefisiensi Determinasi (R^2).....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		50
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	50
4.1.1	Gambaran Umum Produk	50
4.2	Gambaran Umum Responden	51
4.2.1	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	52

4.2.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
4.2.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendapatan.....	53
4.3	Analisis Data.....	53
4.3.1	Analisis Deskriptif	53
4.3.1.1	Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Etika Bisnis Islam.....	54
4.3.1.2	Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Persepsi Harga ..	55
4.3.1.3	Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Kualitas Produk	56
4.3.1.4	Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Kepuasan Konsumen	56
4.3.2	Uji Validitas	57
4.3.3	Uji Reabilitas	58
4.3.4	Deteksi Penyimpangan Asumsi Klasik.....	59
4.3.4.1	Deteksi Normalitas	59
4.3.4.2	Deteksi Multikolinieritas	61
4.3.4.3	Deteksi Heteroskedasitas.....	62
4.3.5	Uji Hipotesis	64
4.3.5.1	Regresi Linier Berganda.....	64
4.3.5.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji-F).....	66
4.3.5.3	Uji Signifikansi Parsial (Uji-t).....	66
4.3.5.4	Koefisien Determinasi (R ²).....	68
4.4	Interpretasi Hasil.....	69
4.4.1	Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Kepuasan Konsumen Umama Scarf di Kota Semarang	69
4.4.2	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen Umama Scarf di Kota Semarang.....	70
4.4.3	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Umama Scarf di Kota Semarang.....	71
BAB V PENUTUP.....		72
5.1	Kesimpulan	72
5.2	Keterbatasan penelitian.....	72
5.3	Saran	73
DAFTAR PUSTAKA		75

LAMPIRAN.....78