

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Bagan	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak	xv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	5
E. Manfaat Penelitian	7
F. Penegasan Istilah.....	8
G. Sistematika Penulisan Skripsi	9

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Etika Bisnis Islam	11
1. Pengertian Etika Bisnis Islam	11

2. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam.....	15
B. Perilaku Pedagang.....	18
1. Pengertian Perilaku Pedagang.....	18
2. Indikator yang Mempengaruhi Perilaku Pedagang	23
C. Pasar Tradisional.....	26
1. Pengertian Pasar	26
2. Mekanisme Pasar Islami	29
D. Penelitian Terdahulu	31
E. Kerangka Konseptual.....	39

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	40
B. Lokasi Penelitian.....	42
C. Kehadiran Peneliti.....	42
D. Data dan Sumber Data	44
E. Teknik Pengumpulan Data.....	45
F. Teknik Analisis Data.....	48
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	50
H. Tahap – Tahap Penelitian.....	55

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data	56
B. Temuan Penelitian	66
C. Analisis Hasil Temuan.....	77

BAB V : PEMBAHASAN

A. Pemahaman Etika Bisnis Islam Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Karangtalun.....	79
B. Penerapan Etika Bisnis Islam Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Karangtalun.....	83
C. Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Karangtalun dalam Meningkatkan Daya Beli Masyarakat	88

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	90
B. Saran	91

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN