

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 Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
Abstrak	xvi
Abstract	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	9
G. Penegasan Istilah.....	10
H. Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Persaingan Usaha	14
1. Pengertian Persaingan Usaha	14
2. Jenis-jenis Persaingan Usaha	16
3. Strategi Memperkuat Daya Saing	18

	4. Bentuk-bentuk Persaingan Usaha	19
B.	Etika Bisnis Islam	20
	1. Pengertian Etika Bisnis Islam	20
	2. Etika Berdagang dalam Islam	22
	3. Aksioma Dasar Etika Islam.....	25
C.	Volume Penjualan	27
	1. Pengertian Volume Penjualan	27
	2. Indikator Volume Penjualan	29
	3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan ..	29
D.	Penelitian Terdahulu	30
E.	Kerangka Konseptual	32
F.	Hipotesis Penelitian.....	32
BAB III	METODE PENELITIAN	34
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	34
B.	Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	35
C.	Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	36
D.	Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	37
E.	Analisis Data	39
	1. Uji Validitas	39
	2. Uji Reliabilitas	39
	3. Uji Asumsi Klasik.....	40
	4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	42
	5. Uji Hipotesis	43
	6. Uji Koefisien Determinasi	44
BAB IV	HASIL PENELITIAN.....	46
A.	Deskripsi Data.....	46
B.	Identitas Rsponden.....	52
C.	Deskripsi Variabel Penelitian.....	57
D.	Pengujian Analisis Statistik	73
	1. Uji Validitas	73

	2. Uji Reliabilitas	74
	3. Uji Asumsi Klasik.....	74
	4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	78
	5. Uji Hipotesis	79
	6. Uji Koefisien Determinasi	82
BAB V	PEMBAHASAN	84
	A. Pengaruh Persaingan Usaha Terhadap Volume Penjualan Barang atau Jasa di Pasar Rakyat Kauman Kabupaten Tulungagung	84
	B. Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Volume Penjualan Barang atau Jasa di Pasar Rakyat Kauman Kabupaten Tulungagung	87
	C. Pengaruh Persaingan Usaha, Etika Bisnis Islam, dan Religiusitas Pedagang Terhadap Volume Penjualan Barang atau Jasa di Pasar Rakyat Kauman Kabupaten Tulungagung	91
BAB VI	PENUTUP	94
	A. Kesimpulan	94
	B. Saran.....	95
	DAFTAR PUSTAKA	97
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	