

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.....	xiv
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran	xvi
Abstrak.....	xvii
Abstract.....	xviii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Kegunaan Penelitian	9
F. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	10

G. Penegasan Istilah	11
H. Sistematika Pembahasan	15

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Etika Bisnis Islam	17
1. Pengertian Etika	17
2. Pengertian Etika Bisnis	18
3. Etika Bisnis Dalam Perspekti Islam	18
4. Prinsip-Prinsip Bisnis Sesuai Ajaran Islam	19
5. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Dalam Islam	20
6. Standart Etika Bisnis Dalam Islam	23
B. Komunikasi Pemasaran Islam	26
1. Pengertian Komunikasi	26
2. Pengertian Komunikasi Pemasaran	26
3. Bentuk-Bentuk Utama Komunikasi Pemasaran	27
4. Tujuan Komunikasi Pemasaran	28
5. Pengertian Komunikasi Pemasaran Islam	28
6. Landasan Syari'ah Tentang Komunikasi Pemasaran Islam	29
7. Alat-Alat Komunikasi Pemasaran Islam	31
C. Loyalitas Anggota	31
1. Pengertian Loyalitas	31
2. Pengertian Anggota	32
3. Pengertian Loyalitas Nasabah	32

4. Ciri-Ciri Nasabah Yang Loyal	33
D. Tabungan Mudharabah	34
1. Pengertian Tabungan	34
2. Pengertian Mudharabah	34
3. Rukun Mudharabah	35
4. Pengertian Tabungan Mudharabah	35
5. Landasan Syari'ah Tentang Tabungan Mudharabah	36
E. Grand Theory	37
F. Penelitian Terdahulu	38
G. Kerangka Konseptual	44
H. Hipotesis	45

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	47
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian	48
1. Populasi	48
2. Sampling	48
3. Sampel Penelitian	49
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	50
1. Sumber Data	50
2. Variabel Penelitian	51
3. Skala Pengukuran	52
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	53

1. Teknik Pengumpulan Data	53
2. Instrumen Penelitian	53
E. Teknik Analisis Data	56
1. Uji Validitas	56
2. Uji Reliabilitas	56
3. Uji Asumsi Klasik	57
4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	59
5. Uji Hipotesis	60
6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	60

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	61
1. Sejarah Singkat Koperasi Syari'ah Podo Joyo Srengat Blitar .	61
2. Visi Misi Koperasi Syari'ah Podo Joyo Srengat Blitar	62
3. Maksud Dan Tujuan Koperasi Syari'ah Podo Joyo Blitar	63
4. Letak Geografis Koperasi Syari'ah Podo Joyo Srengat Blitar .	63
5. Struktur Organisasi Koperasi Syari'ah Podo Joyo Srengat Blitar	64
B. Deskripsi Karakteristik Responden	65
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	66
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
C. Analisis Data	68

1. Uji Validitas	68
2. Reliabilitas Instrumen	70
3. Uji Asumsi Klasik	72
4. Uji Regresi Linier Berganda	76
5. Uji Hipotesis	77
6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	81

BAB V : PEMBAHASAN

A. Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Loyalitas Anggota	83
B. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Islam Terhadap Loyalitas Anggota	84
C. Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Komunikasi Pemasaran Islam Terhadap Loyalitas Anggota	86

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	88
B. Saran	88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN