

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	9
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Teori Perilaku Konsumen.....	11
1. Pengertian Perilaku Konsumen	11
2. Variabel dalam Perilaku Konsumen.....	14
3. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	15
B. Agama dan Keberagaman dalam Perilaku Ekonomi	16
C. Etika Bisnis Islam.....	20
1. Pengertian Etika Bisnis Islam	20
2. Ciri-ciri Etika Bisnis Islam	26
3. Indikator Etika Bisnis Islam.....	31
D. Kualitas Pelayanan	31
1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	31
2. Indikator Kualiyas Pelayanan	37

E. Keragaman Produk	38
1. Pengertian Keragaman Produk	38
2. Indikator Keragaman Produk	41
F. Kepuasan Konsumen	41
1. Pengertian Kepuasan Konsumen	41
2. Model Kepuasan	44
3. Pengukuran Kepuasan Pelanggan	44
4. Indikator Kepuasan Konsumen	47
G. Penelitian Terdahulu	47
H. Kerangka Berfikir	52
I. Hipotesis	54
1. Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Kepuasan Konsumen	54
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	55
3. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen	56
 BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	58
B. Populasi dan Sampel	58
C. Identifikasi Variabel	59
D. Variabel Operasional	59
E. Teknik Pengumpulan Data	65
F. Teknik Analisis Data	67
1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen ..	67
2. Deskriptif Statistik	68
3. Uji Asumsi Klasik	69
4. Uji Hipotesis	71
 BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	74
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	74
a. Sejarah CV. Dua Merpati Kudus	74
b. Visi, Misi dan Tujuan CV. Dua Merpati Kudus	75

c. Profil Singkat CV. Dua Merpati Kudus	75
d. Struktur Organisasi CV. Dua Merpati Kudus	76
e. Produk yang Dihasilkan.....	76
f. Gambaran Umum Responden	76
1) Karakteristik Responden.....	76
2. Analisis Data.....	78
a. Deskripsi Data	78
1) Tanggapan Responden Berdasarkan Etika Bisnis Islam	78
2) Tanggapan Responden Berdasarkan Kualitas Pelayanan....	79
3) Tanggapan Responden Berdasarkan Keragaman Produk....	81
4) Tanggapan Responden Berdasarkan Kepuasan Konsumen.....	82
b. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	83
1) Uji Instrumen Penelitian	83
a) Etika Bisnis Islam	83
b) Kualitas Pelayanan	84
c) Keragaman Produk.....	85
d) Kepuasan Konsumen.....	86
2) Uji Reliabilitas.....	86
c. Uji Asumsi Klasik.....	87
1) Uji Multikolinieritas	87
2) Uji Heterokedastisitas	88
3) Uji Autokorelasi	89
4) Uji Normalitas	90
d. Uji Hipotesis	91
1) Koefisien Determinasi	91
2) Analisis Regresi Berganda.....	93
3) Uji t Parsial	94

B. Pembahasan	97
1. Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Kepuasan Konsumen	97
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	99
3. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen	101

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	104
B. Implikasi Penelitian	104
C. Saran.....	105

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	47
3.1 Definisi Operasional	60
3.2 Kaidah Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi.....	70
4.1 Profil Responden	77
4.2 Etika Bisnis Islam	78
4.3 Kualitas Pelayanan	79
4.4 Keragaman Produk	81
4.5 Kepuasan Konsumen	82
4.6 Uji Validitas Etika Bisnis Islam.....	83
4.7 Uji Validitas Kualitas Pelayanan	84
4.8 Uji Validitas Keragaman Produk	85
4.9 Uji Validitas Kepuasan Konsumen	86
4.10 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	87
4.11 Hasil Uji Multikolonieritas	88
4.12 Hasil Uji Autokorelasi	89
4.13 Hasil Koefisien Determinasi	92
4.14 Hasil Regresi Linier Berganda.....	93
4.15 Hasil Uji t	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Urutan Kejadian Kognitif dalam Proses Pembelajaran.....	13
2.2 Kerangka Berpikir	54
4.1 Struktur Organisasi CV. Dua Merpati Kudus.....	76
4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	88
4.3 Hasil Uji Normalitas	90
4.4 Hasil Uji Normalitas	91

