DAFTAR ISI

COVER DEPAN i
LEMBAR PERNYATAAN ii
LEMBAR PENGESAHAN iii
REKOMENDASI PEMBIMBING iv
NOTA DINAS v
HALAMAN PERSEMBAHAN vi
HALAMAN MOTTO vii
ABSTRAK viii
ABSTRACT ix
KATA PENGANTAR x
PEDOMAN TRANSLITERASIARAB-LATIN xiii
DAFTAR ISI xix
DAFTAR TABEL xxii
DAFTAR GAMBAR xxiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 6
E. Telaah Pustaka 6
F. Sistematika Pembahasan 10

BAB II LANDASAN TEORI

A. Bisnis Islami 11
   1. Pengertian Bisnis Islami 11
   2. Nilai-nilai Bisnis Islami 14
   3. Cara Berbisnis Islami 20
B. Teori Loyalitas 22
   1. Pengertian Loyalitas 22

2. Karakteristik Loyalitas 23
3. Merancang dan Menciptakan Loyalitas 23
4. Tahapan Loyalitas 24
5. Loyalitas dalam Perspektif Ekonomi Islam 25

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 27
B. Subjek dan Lokasi Penelitian 27
C. Populasi dan Sampel 28
D. Sumber Data 31
E. Metode Pengumpulan Data 32
F. Variabel Penelitian 33
1. Variabel Dependen (Y) 33
2. Variabel Independen (X) 33
G. Metode Analisis Data 34
1. Analisis Statistik Deskriptif 34
2. Analisis Regresi Linier Berganda 34
3. Uji Instrumen Penelitian 35
a) UjiValiditas 35
b) UjiReliabilitas 35
4. Uji Hipotesis 36
a) Uji Parsial (Uji t) 36
b) Uji Simultan (Uji F) 36
c) Uji Koefisien Determinasi (R^2) 36

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan 37
1. Sejarah Berdirinya Komunitas Jogja Berdagang 37
2. Visi dan Misi Komunitas Jogja Berdagang 38
3. Profil Perusahaan 39
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan 43
1. Uji Validitas Instrumen 43
a) Uji Validitas 43
b) Uji Reliabilitas 45

2. Impementasi Nilai-nilai Bisnis Islami di Komunitas Jogja Berdagang 46
a) Tidak Melakukan Penipuan atau *Tadlis* 47
b) Tidak Melakukan Manipulasi atau *Taghrir* 48
c) Tidak Terlibat Riba 48
d) Tidak Melakukan Ba'i Najasy 49
e) Tidak Melakukan Tindakan Ikhtikar 49
3. Pengaruh Implementasi Nilai-nilai Bisnis Islami Terhadap Loyalitas Konsumen 50
a) Analisis Deskripsi Responden 50
b) Pengujian Hipotetsis 53
1) Analisis Regresi Berganda 54
2) Uji Parsial (Uji t) 56
3) Uji Simultan (Uji F) 59
4) Uji Koefisien Determinasi (R^2) 59
c) Analisis dan Pembahasan 60

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 64
B. Saran 65

DAFTAR PUSTAKA 66

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Populasi Kedai Komunitas Jogja Berdagang 29
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas..... 44
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas..... 45
Tabel 4.3 Daftar pertanyaan wawancara Komunitas Jogja Berdagang..... 46
Tabel 4.4 Hasil Uji Regresi Berganda..... 55
Tabel 4.5 Hasil Uji Parsial (Uji t) 57
Tabel 4.6 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis 58
Tabel 4.7 Hasil Uji Simultan (Uji F)..... 59
Tabel 4.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2) 59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Ayam Geprek Mbok Moro 40
Gambar 4.2 Logo Bakpiapia Djogja 41
Gambar 4.3 Logo Cappucino Cincau (Capcuzz) 42
Gambar 4.4 Logo Warung Ayam Saus Pedas 42
Gambar 4.5 Logo Khasanah Buah Jogja 43
Gambar 4.6 Responden Berdasarkan Usia 51
Gambar 4.7 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 52
Gambar 4.8 Responden Berdasarkan Pekerjaan 52