



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

Nota Dinas	
Persetujuan Pembimbing dan Ketua Prodi	
Surat Pernyataan	
Kata Pengantar	i
Daftar Isi	v
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Gambar	ix
Pedoman Transliterasi.....	x
Abstrak	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Istilah.....	11
C. Permasalahan.....	12
1. Identifikasi Masalah.....	12
2. Batasan Masalah	13
3. Rumusan Masalah.....	14
4. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian	14
BAB II PEMBAHASAN	
A. Perilaku Pedagang.....	17
1. Pengertian Perilaku	17
2. Pengertian Pedagang.....	18
3. Perilaku Pedagang.....	19
4. Perilaku Bisnis Yang Di Anjurkan Dalam Islam.....	23
B. Etika Bisnis Islam	27
1. Pengertian Etika.....	27
2. Pengertian Bisnis	31
3. Etika Bisnis Islam	35
4. Sumber-Sumber Etika Bisnis Islam.....	40
5. Fungsi Etika Bisnis Islam	42
6. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam	42



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Aspek Dasar Prinsip Etika Bisnis Islam	44
C. Pasar Dan Tata Aturannya	53
1. Pengertian Pasar	53
2. Pengertian Jual Beli.....	57
3. Macam-Macam Jual Beli	60
4. Jual Beli Yang Tidak Di Perbolehkan.....	60
D. Teori Kepribadian	63
1. PengertianKepribadian.....	63
2. Hubungan Kepribadian dengan Etika	67
3. Faktor-Faktor Yang MempengaruhiKepribadian	69
4. Tahap-TahapPerkembanganKepribadian.....	72
5. Aspek-AspekKepribadian	75
6. Unsur-UnsurKepribadian.....	76
E. PenelitiTerdahulu	77
F. KonsepOperasionalDanPengukuranVariabel.....	80

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	84
B. LokasiPenelitianDanWaktu Penelitian	84
C. PopulasiDanSampel	85
D. SumberData.....	88
E. TeknikPengumpulan Data.....	89
F. HipotesisPenelitian.....	89
G. PengolahanData.....	90
H. Tekhnik Analisis Data.....	91
I. SistematikaPenulisan	96

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Umum Penelitian.....	98
1. Gambaran Umum Pasar Cikpuan	98
2. Gambaran Umum Pasar Simpang Baru	101

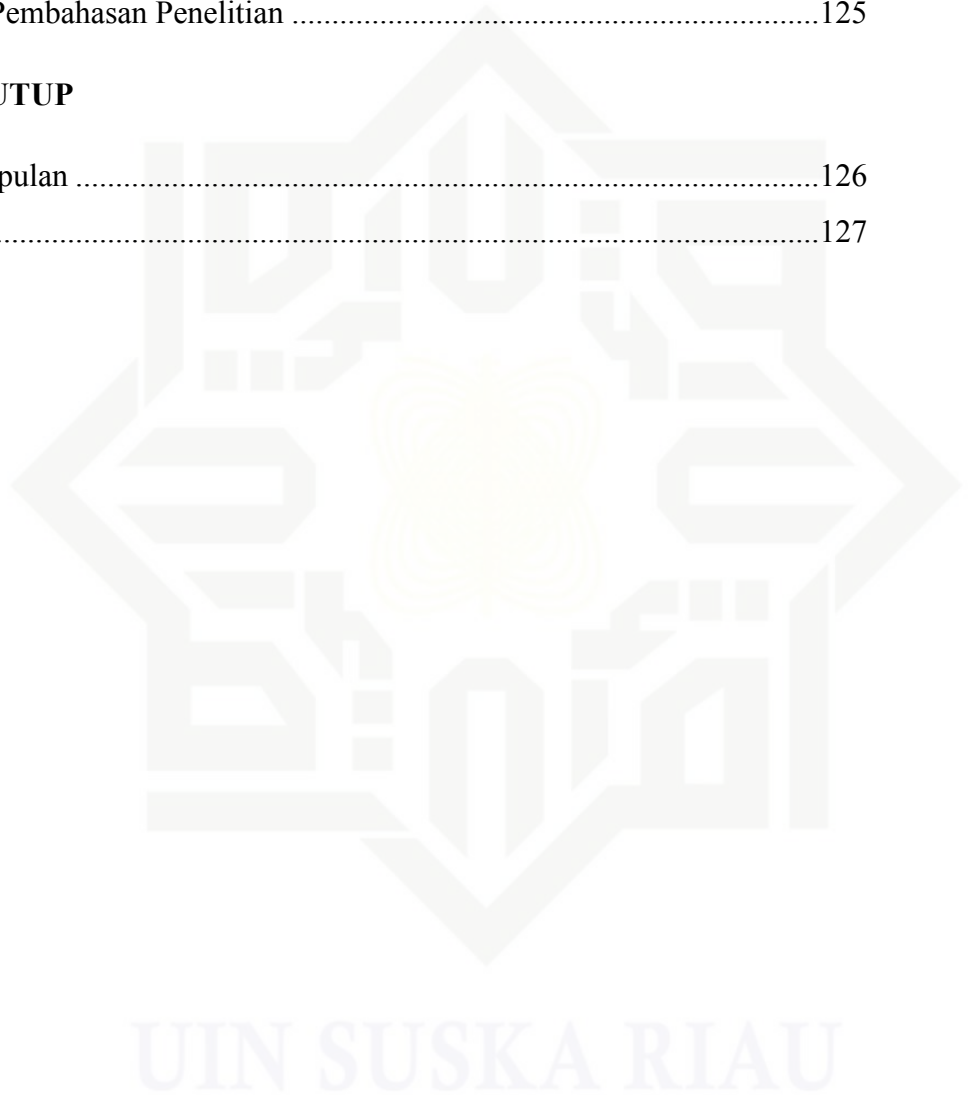
Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Gambaran Umum Pasar Baru Arengka	102
B. Hasil Penelitian	107
1. Karakteristik Responden	107
2. Deskriptif Variabel Penelitian	118
3. Pengujian Hipotesis	122
4. Pembahasan Penelitian	125

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	126
B. Saran	127





DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Jumlah Pedagang Pasar Arengka, Cikpuan, Dan Simpang Baru6

Tabel I.2 Data Pendataan Tera Ulang Pasar Cikpuan, Simpang Baru Dan Baru Arengka 2015-20178

Tabel II.2 Konsep Operasional 81

Tabel III.1 Nama-Nama Pasar Yang Dikelola Pemerintah dan Swasta 84

Tabel III.2 Jumlah Sampel Masing-Masing pasar 87

Tabel III.3 Bobot Penilaian Skala Likert 89

Tabel IV.1 Usia Responden 107

Tabel IV.2 Pendidikan Terakhir 107

Tabel IV.3 Lama Berdagang Responden 108

Tabel IV.4 Tanggapan Responden Etika Bisnis Islam 111

Tabel IV.5 Tanggapan Responden Kepribadian 113

Tabel IV.5 Tanggapan Responden Perilaku Pedagang 116

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kepribadian Sebagai Variabel Moderating Terhadap Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Kota Pekanbaru	80
---	----

