



JURNAL EKONOMI SYARIAH

TEORI & TERAPAN

Volume 2 No 7 Juli 2015



MOTIVASI KERJA ISLAM DAN ETOS KERJA ISLAM KARYAWAN BANK JATIM SYARIAH CABANG SURABAYA
Bhirawa Anoraga
Ari Prasetyo

EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI RADIO TERHADAP KEPATUHAN PARA MUZAKKI DI SURABAYA
Firda Nur Fadillah
Tika Widiastuti

PENGARUH CITRA MEREK MELALUI SIKAP KONSUMEN TERHADAP NIAT BELI ULANG PADA PRODUK BUSANA MUSLIM ZOYA DI SURABAYA
Nurul Ain
Ririn Tri Ratnasari

POLA PERILAKU KONSUMSI ISLAMI MAHASISWA MUSLIM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS AIRLANGGA DITINJAU DARI TINGKAT RELIGIUSITAS
Yolanda Hani Putriani
Atina Shofawati

VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI TINGKAT BAGI HASIL TABUNGAN *MUDHARABAH* PADA INDUSTRI PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA PERIODE 2011-2014
Lauda Huruniang
Noven Suprayogi

PENGARUH PEMBIAYAAN *MUDHARABAH* DAN *MUSYARAKAH* TERHADAP LIKUIDITAS INDUSTRI BANK SYARIAH DI INDONESIA
Aulia Ramadhani
Imron Mawardi