

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian.....	9
E. Definisi Istilah.....	10
F. Kajian Penelitian Terdahulu	10
BAB II KAJIAN TEORI	14
A. Kajian Teoritik Tentang Jual Beli	14
1. Pengertian Jual Beli	14
2. Hukum Jual Beli.....	15
B. Kajian Teoritik Tentang Pemasaran <i>Offline</i> dan Online	16
1. Pengertian Pemasaran <i>Offline</i> dan <i>Online</i>	16
2. Strategi Pemasaran <i>Offline</i> dan <i>Online</i>	18

3. Kelebihan dan Kelemahan Pemasaran <i>Offline</i> dan <i>Online</i>	21
C. Kajian Teoritik Tentang Etika Bisnis Dalam Islam	23
1. Pengertian Etika Bisnis Islam	23
2. Fungsi Etika Bisnis Islam	24
3. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam	25
4. Jual Beli <i>Offline</i> Dalam Etika Bisnis Islam	27
5. Jual Beli <i>Online</i> Dalam Etika Bisnis Islam	28
6. Konsep Pengambilan Keuntungan Dalam Etika Bisnis Islam	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	31
B. Kehadiran Penelitian	31
C. Lokasi Penelitian	32
D. Sumber Data.....	33
E. Prosedur Pengumpulan Data.....	34
F. Analisis Data.....	38
G. Pengecekan Keabsahan Data	40
H. Tahap-Tahap Penelitian	42
BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASA	44
A. Gambaran Umum	44
B. Paparan Data	46
C. Temuan Penelitian	62
D. Pembahasan	62
BAB V PENUTUP	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran	71
DAFTAR RUJUKAN	73

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	79
LAMPIRAN-LAMPIRAN	80
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	94