

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Kegunaan Penelitian .....	7
E. Definisi Istilah .....	9
F. Kajian Terdahulu .....	10
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>13</b>
A. Manajemen Pemasaran .....	13
B. Tinjauan Tentang Marketing Mix .....	16
C. Tinjauan Tentang Etika Bisnis Islam .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>38</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	38

B. Kehadiran Peneliti .....	38
C. Lokasi Penelitian .....	39
D. Sumber Data .....	40
E. Teknik Pengumpulan Data .....	41
F. Analisis Data .....	43
G. Pengecekan Keabsahan Data .....	45
H. Tahap-tahap Penelitian .....	47
<b>BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN</b>	
<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
A. Paparan Data .....	49
B. Temuan Penelitian .....	68
C. Pembahasan .....	76
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>94</b>
A. Kesimpulan .....	94
B. Saran .....	95
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>97</b>
<b>Lampiran-lampiran .....</b>	<b>101</b>
<b>Riwayat Hidup .....</b>	<b>127</b>