

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TRANSLITERASI	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Kajian Pustaka	10
F. Tujuan Penelitian	10
G. Kegunaan Hasil Penelitian	10
H. Definisi Operasional	11
I. Metode Penelitian	15
J. Sistematika Pembahasan	15

BAB II	KONSEP PEMASARAN SYARIAH, ETIKA BISNIS DAN <i>SAMAN</i> ISLAM	
A.	Pemasaran Syariah.....	18
1.	Pengertian.....	18
2.	Dasar Hukum.....	19
3.	Karakteristik.....	20
4.	Prinsip-Prinsip	22
B.	Etika Bisnis Islam	27
1.	Pengertian Etika.....	27
2.	Pengertian Bisnis dalam Islam	30
3.	Macam-macam Aktivitas Bisnis	33
C.	<i>Saman</i> (Harga)	38
1.	Pengertian Harga	38
2.	Penetapan Harga.....	39
BAB III	PRAKTEK PEMASARAN PULSA SN CENTER SIDOARJO	
A.	Gambaran Umum SN Center Sidoarjo	43
1.	Sejarah Berdirinya SN Center	43
2.	Struktur Organisasi	43
3.	Cara Mendaftar Menjadi Agen di Distributor Pulsa SN Center.....	45
B.	Bonus Yang Didapatkan Dengan Bergabung Di SN Center	46
C.	Produk-produk distributor SN Center.....	47
1.	Pengisian Pulsa	47
2.	Penjualan Pulsa Secara Partai	52

	3. Proses penjualan.....	59
	4. Praktek Pemasaran Pulsa di SN Center Sidoarjo	60
BAB IV	ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP PEMASARAN DISTRIBUTOR PULSA DI SN CENTER SIDOARJO	
	A. Analisis Praktek Pemasaran Pulsa Di SN center	62
	B. Analisis Hukum Islam Terhadap Pemasaran Pulsa Di SN Center Sidoarjo	66
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	69
	B. Saran-Saran	70
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		