DAFTAR ISI

		Halaman
SAMPUL DALAM		i
PENYATAAN KEASLIAN		ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING		iii
PENGESAHAN		iv
ABSTRAK		v
KATA PENGANTAR		vi
DAFTAR ISI		viii
DAFTAR TABEL		x
DAFTAR TRANSLITERASI		xi
BAB I	PENDAHULUAN	1
	A. Latar Belakang Masalah	1
	B. Identifikasi dan Batasan Masalah	8
	C. Rumusan Masalah	8
	D. Kajian Pustaka	9
	E. Tujuan Penelitian	11
	F. Kegunaan Hasil Penelitian	11
	G. Definisi Operasional	12
	H. Metode Penelitian	13
	I. Sistematika Pembahasan	17
BAB II	ETIKA BISNIS ISLAM DAN KOMUNIKASI PEMASARAN	19
	A. Etika Bisnis Islam	19
	B. Komunikasi Pemasaran	32
	C. Komunikasi Pemasaran Perspektif Islam	41
BAB III	PENERAPAN ETIKA PADA KOMUNIKASI PEMASARAN BUTIK MOSHAICT SURABAYA	53
	A. Gambaran Umum	53
	B. Komunikasi Pemasaran Butik Moshaict	58

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Penerapan Etika dalam Komunikasi Pemasaran 61

BAB IV ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN BUTIK MOSHAICT 72

A. Implementasi etika pada komunikasi pemasaran 72

B. Tinjauan etika bisnis Islam komunikasi pemasaran 77

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 81

B. Saran 82

DAFTAR PUSTAKA 83

LAMPIRAN..... 86

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
2.1	120 *Key Performance Indicator*	45
2.2	Indikator yang diteliti	46
4.1	Implementasi Etika Bisnis dalam Komunikasi Pemasaran	70

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id