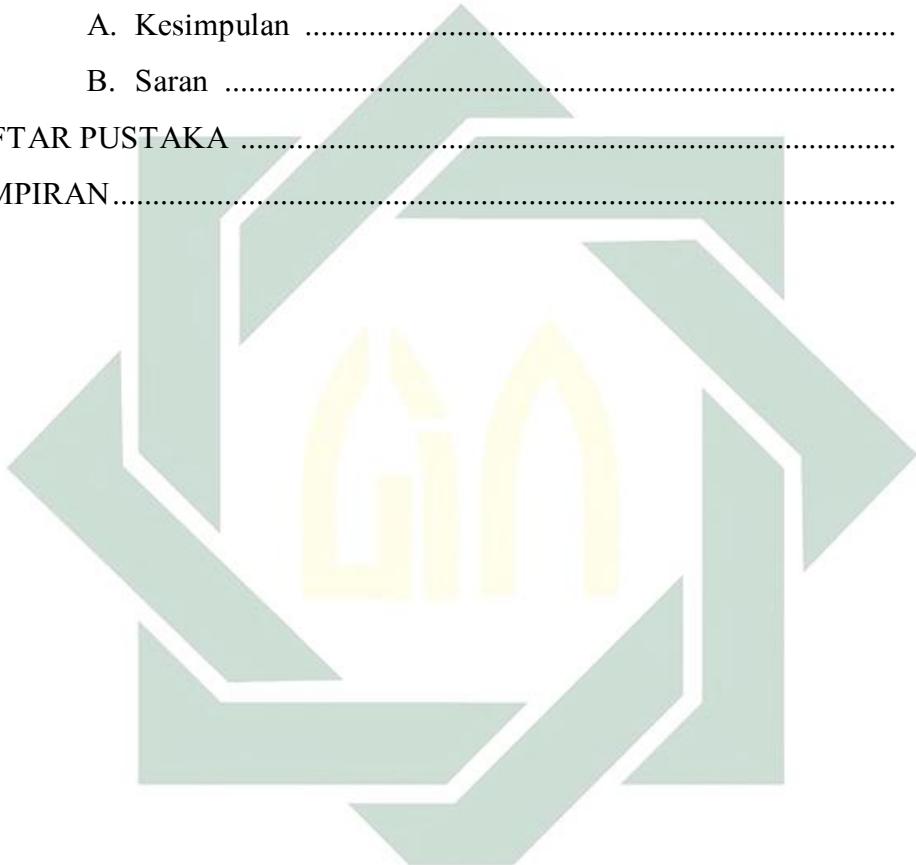


## DAFTAR ISI

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 Moshiaict .....	58

C. Penerapan Etika dalam Komunikasi Pemasaran .....	61
<b>BAB IV ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN BUTIK MOSHAICT .....</b>	<b>72</b>
A. Implementasi etika pada komunikasi pemasaran .....	72
B. Tinjauan etika bisnis Islam komunikasi pemasaran .....	77
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	81
B. Saran .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>86</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 120 <i>Key Performance Indicator</i> .....	45
2.2 Indikator yang diteliti .....	46
4.1 Implementasi Etika Bisnis dalam Komunikasi Pemasaran .....	70

