

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Konsep Strategi Pemasaran.....	10
1. Pengertian Strategi Pemasaran	
2. Tujuan Strategi Pemasaran	11
3. Bauran Pemasaran.....	11
B. Alat Pemasaran.....	15
C. Tinjauan Hukum Islam Terhadap <i>Endorsement</i>	23
D. Tinjauan Hukum Islam Terhadap <i>Endorsement</i> Sebagai Alat Pemasaran Masa Kini.....	38
E. Penelitian Terdahulu	41
F. Kerangka Berfikir	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	46
A. Jenis dan Pendekatan	46
B. Setting Penelitian.....	46
C. Subyek Penelitian	47
D. Sumber Data.....	47
E. Teknik Pengumpulan Data.....	48
F. Uji Keabsahan Data	48
G. Analisis Data	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
A. Gambaran Umum Glids Clothing Desa Lau Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus	51
1. Sejarah Glids Clothing Company.....	51
2. Visi dan Misi Glids Clothing Company	52
B. Hasil Penelitian	53
1. Praktik <i>Endorsement</i> Glids Clothing Company Sebagai Media Pemasaran.....	53
2. Pandangan Hukum Islam Terhadap <i>Endorsement</i> Sebagai Alat Pemasaran	58
C. Analisis Data Penelitian.....	61
1. Praktik <i>Endorsement</i> Glids Clothing Company Sebagai Media Pemasaran	61
2. Pandangan Hukum Islam Terhadap <i>Endorsement</i> Sebagai Alat Pemasaran	65
BAB V PENUTUP	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran.....	80
C. Penutup	81
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir	45
-------------------------------------	----

