

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL..... i

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING ii

PENGESAHAN MAJLIS MUNAQOSAH..... iii

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... iv

ABSTRAK v

MOTTO vi

PERSEMBAHAN vii

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN viii

KATA PENGANTAR ix

DAFTAR ISI..... xi

DAFTAR GAMBAR..... xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah..... 1

B. Fokus Penelitian..... 8

C. Rumusan Masalah..... 8

D. Tujuan Penelitian 8

E. Manfaat Penelitian 8

F. Sistematika Penulisan..... 9

BAB II KERANGKA TEORI

A. Kajian Teori 11

1. Jual Beli..... 11

a. Deskripsi Jual Beli 11

b. Dasar Hukum Jual Beli 13

c. Rukun dan Syarat Jual Beli 15

d. Macam-Macam Jual Beli 17

e. Metode Marketing dalam Jual Beli 18

2. Living Hadis..... 21

a. Deskripsi Living Hadis 21

b. Sejarah Living Hadis..... 21

c. Variasi Living Hadis 22

B. Penelitian Terdahulu 24

C. Kerangka Berfikir 25

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian..... 28

B. Setting Penelitian 29

C. Subjek Penelitian..... 29

D. Sumber Data 31

E. Teknik Pengumpulan Data	31
F. Penguji Keabsahan Data	33
G. Teknik Analisis Data.....	35
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Objek Penelitian	36
1. Sejarah Kedai Minuman Ladza Tea Ngembalrejo Bae Kecamatan Kudus.....	36
2. Visi dan Misi	37
3. Stuktur Organisasi Kedai Ladza Tea	37
4. Daftar Menu Kedai Ladza Tea.....	38
5. Mekanisme Operasional Marketing Kedai Ladza Tea	39
B. Deskripsi Data Penelitian	39
1. Deskripsi Metode marketing Kedai Ladza Tea Kudus	39
2. Deskripsi Metode marketing Kedai Ladza Tea dalam Perspektif Hadis.....	43
C. Analisis Data Penelitian	47
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	58
B. Saran	58
 DAFTAR PUSTAKA	
 LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Skema Kerangka Berpikir.....	27
Gambar 4.1	Kedai Ladza Tea Ngembal rejo Bae Kudus	37
Gambar 4.2	Daftar Menu Kedai Ladza Tea.....	38

