

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Penegasan Istilah	10
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan Penelitian.....	11
F. Manfaat Penulisan	11
G. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Deskripsi Teori	14
1. Konsep Etika Bisnis	14
a. Pengertian Etika Bisnis	14
b. Teori Etika Bisnis.....	17
c. Tujuan Etika Bisnis	20
d. Prinsip Etika Bisnis	20
e. Asas-asas dalam Bisnis.....	23
2. Etika Bisnis Islami	25

a.	Pengertian Etika Bisnis Islami.....	25
b.	Tujuan Etika Bisnis Dalam Islam.....	27
c.	Prinsip Etika Bisnis Islam.....	28
d.	Urgensi Etika Bisnis Islami	31
3.	Pemasaran Komunikasi.....	32
a.	Pengertian Pemasaran Komunikasi	32
b.	Ruang Lingkup Komunikasi Pemasaran	34
c.	Model Komunikasi Pemasaran.....	36
d.	Bauran Komunikasi Pemasaran.....	37
4.	Pemasaran Komunikasi dalam Perspektif Islam	43
a.	Konsep Dasar Komunikasi Pemasaran Syariah.....	43
b.	Karakter Syariah Marketing	37
c.	Etika Bisnis Islam dalam Pemasaran Komunikasi.	47
	B. Penelitian Terdahulu.....	56
	C. Kerangka Berfikir.....	59
BAB III	METODE PENELITIAN	
A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	62
B.	Sumber Data	63
C.	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	64
D.	Teknik Pengumpulan Data	64
E.	Uji Keabsahan Data.....	66
F.	Analisis Data	68
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A.	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	71
1.	Sejarah berdirinya Distro Kipasoak	71
2.	Lokasi Distro Kipasoak.....	73
3.	Visi dan Misi	73
4.	Struktur Organisasi.....	74
5.	Produk	74
B.	Hasil Penelitian	76

1. Data tentang Komunikasi Pemasaran Distro Kipasoak.....	76
2. Data tentang Penerapan Etika Bisnis Islami dalam Komunikasi Pemasaran Distro Kipasoak.....	79
C. Analisis dan Pembahasan.....	89
1. Penerapan Etika Bisnis Islami dalam Komunikasi Pemasaran Distro Kipasoak	89
2. Analisis Etika Bisnis Islami dalam Bauran Komunikasi Pemasaran Distro Kipasoak.....	94
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	98
B. Keterbatasan Penelitian.....	99
C. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	:	120 Key Performance Indicator.....	49
Tabel 2.2	:	Aspek Penilaian Etika Bisnis Islami.....	50
Tabel 4.1	:	Produk Kipasoak	74
Tabel 4.2	:	Penerapan Etika Bisnis Dalam Komunikasi Pemasaran Kipasoak	90



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Model Komunikasi Pemasaran.....	37
Gambar 2.2	: Konsep Bisnis Muhammad	48
Gambar 4.1	: Struktur Organisasi Kipasoak.....	74

