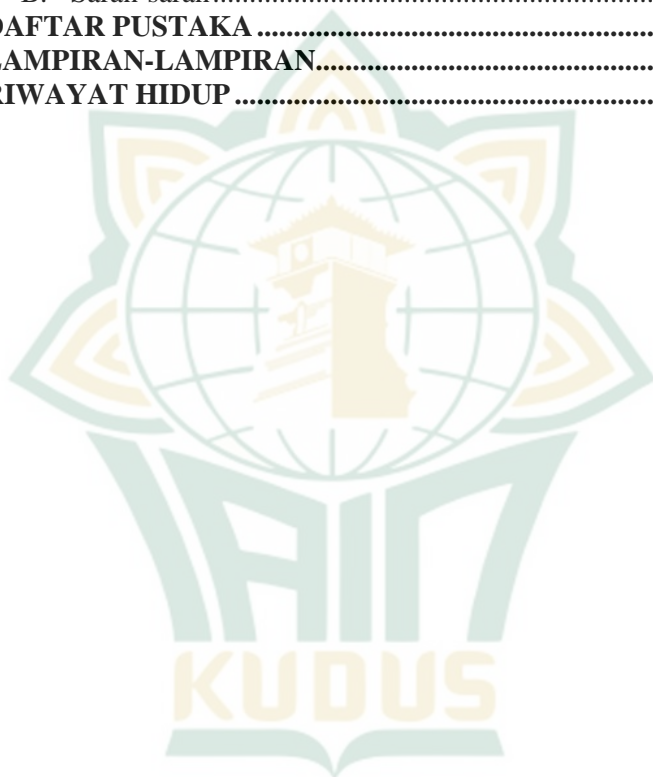


## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN MAJELIS PENGUJI UJIAN</b>	
<b>MUNAQOSYAH .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian .....	8
C. Rumusan Masalah .....	8
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Manfaat Penelitian .....	8
F. Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>11</b>
A. Industri Game Online .....	11
1. Pengertian <i>Game Online</i> .....	11
2. Jenis-Jenis <i>Game Online</i> .....	11
3. Perkembangan <i>Game Online</i> di Indonesia .....	13
4. Itemku dan G2G .....	14
B. Transaksi Virtual Property (Produk Virtual) .....	18
1. Pengertian <i>Virtual Property</i> .....	18
2. Karakteristik <i>Virtual Property</i> .....	19
3. <i>Game online</i> Sebagai Produk Virtual .....	20
4. Pengertian Transaksi Elektronik .....	21
5. Jenis-Jenis Alat Pembayaran Transaksi Elektronik .....	21
6. Perlindungan Konsumen Pada Transaksi Elektronik .....	23
C. Persepsi Konsumen .....	25
1. Pengertian Persepsi Konsumen .....	25

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen	26
3. Indikator Persepsi Konsumen.....	28
4. Implikasi Pemasaran dari Inferensi Perseptual .....	29
D. Transaksi <i>Virtual Property Game Online</i> Dalam Ekonomi Islam.....	31
1. Pengertian Akad <i>Salam</i> .....	32
2. Dasar Hukum <i>Salam</i> .....	34
3. Rukun <i>Salam</i> .....	35
4. Syarat-Syarat <i>Salam</i> .....	39
E. Hasil Penelitian Terdahulu .....	41
F. Kerangka Pemikiran.....	46
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
A. Jenis Dan Pendekatan.....	48
B. Lokasi Penelitian.....	49
C. Subjek Penelitian.....	49
D. Sumber Data.....	49
E. Teknik Pengumpulan Data.....	50
F. Pengujian Keabsahan Data.....	52
G. Teknik Analisis Data.....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	56
1. Sejarah Pare Media.....	56
2. Visi Misi Pare Media.....	57
3. Produk Virtual Pare Media.....	57
4. Sistem Operasional Pare Media .....	58
B. Data Persepsi Gamers Terhadap Transaksi <i>Virtual Property Game Online</i> Di Pare Media.....	58
1. Sistem Operasional Transaksi <i>Virtual Property Game Online</i> Di Pare Media.....	59
2. Persepsi Gamers Terhadap Transaksi <i>Virtual Property Game Online</i> Di Pare Media .....	64
C. Analisis dan Pembahasan .....	75
1. Analisis Sistem Transaksi <i>Virtual Property Game online</i> Di Pare Media .....	75
2. Analisis Persepsi <i>Gamers</i> Terhadap Transaksi <i>Virtual Property Game online</i> di Pare Media .....	77

3. Analisis Transaksi Virtual Property <i>Game online</i> di Pare Media dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	84
<b>PENUTUP .....</b>	<b>96</b>
A. Simpulan .....	96
B. Saran-saran .....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>100</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>104</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>149</b>



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1 Tampilan utama website Itemku.....	16
Gambar 2. 2 Tampilan utama website G2G.....	18
Gambar 3. 1 Kerangka Pemikiran.....	46
Gambar 4. 1 Logo Pare Media.....	56
Gambar 4. 2 Profil Pare Media di G2G.....	73
Gambar 4. 3 Profil Pare Media di Itemku.....	74



**DAFTAR TABEL**

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	41
Tabel 4. 1 Daftar produk virtual <i>game online</i> yang di jual di Pare Media.....	57

