

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS.....	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kegunaan Penelitian	9
E. Telaah Pustaka.....	10
BAB II : KAJIAN TEORI	
A. <i>Syariah Marketing</i>	15
1. Pengertian <i>Syariah Marketing</i>	15
2. Konsep Pemasaran <i>Syariah</i>	17
3. Nilai-Nilai Pemasaran <i>Syariah</i>	20
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	30
B. Kehadiran Peneliti	30
C. Lokasi Penelitian	31
D. Sumber Data	31
E. Prosedur Pengumpulan Data	32

F. Analisis Data.....	33
G. Pengecekan Keabsahan Data	35
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	37
BAB IV : PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
1. Sejarah Berdiri.....	39
2. Visi, Misi, dan Motto.....	40
3. Lokasi <i>Counter AD&ADP Cell</i>	40
4. Struktur Organisasi	41
5. Produk-Produk <i>Counter AD&ADP Cell</i>	42
6. Daftar Harga Aksesoris di <i>AD&ADP Cell</i>	42
B. Strategi Pemasaran di <i>Counter AD&ADP Cell</i>	46
1. Produk.....	47
2. Harga	50
3. Lokasi/Distribusi	52
4. Promosi.....	53
C. Temuan Penelitian	55
BAB V : PEMBAHASAN	
A. Pemasaran Aksesoris <i>Handphone</i> di <i>AD&ADP Cell</i> Ditinjau dari <i>Syariah Marketing</i>	58
BAB VI : PENUTUP	
A. Kesimpulan	74
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN – LAMPIRAN	

