

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iv
NOTA DINAS.....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI	xxi
KATA PENGANTAR.....	xxiv
DAFTAR ISI	xxv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan	5
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	7
A. Telaah Pustaka	7
B. Landasan Teori	16
1. Busana Muslim	16
2. Pengertian Peran Pemasaran.....	17
3. E-Marketing	18
4. Etika Bisnis Islam.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Paradigma Penelitian	32
B. Metode Pengumpulan Data.....	34
C. Lokasi Penelitian	34

D. Waktu Pelaksanaan Penelitian.....	34
E. Subyek Dan Obyek Penelitian.....	34
F. Sumber Data	35
G. Instrumen Penelitian	35
H. Teknik Analisis Data	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Gambaran Umum Naisha	38
1. Profil Usaha Naisha.....	38
2. Struktur Organisasi Naisha	39
2. Produk Busana Muslim Naisha Yogyakarta.....	40
B. Hasil Penelitian Di Naisha.....	41
1. E-Marketing Dalam Prespektif Etika Bisnis Islam Di Naisha	41
a. <i>Product</i>	43
b. <i>Promotion</i>	45
c. <i>Price</i>	49
d. <i>Place</i>	52
e. <i>People</i>	57
f. <i>Process</i>	60
g. <i>Physical Evidence</i>	63
2. Peran Strategi E-marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Naisha	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN	