

DAFTAR ISI

Lembar Pernyataan.....	ii
Lembar Pengesahan	iii
Nota Dinas.....	iv
Rekomendasi Pembimbing	v
Persembahan	vi
Motto.....	vii
Abstrak	viii
<i>Abstract</i>	ix
Kata Pengantar	x
Pedoman Transliterasi Arab – Latin	xiii
Daftar Isi.....	xxi
Daftar Tabel	xxiv
Daftar Gambar.....	xxv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Penelitian	11
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	13
A. Telaah Pustaka	13
B. Landasan Teori.....	20

1. Pemasaran	20
a. Kebutuhan, Keinginan, dan Permintaan.....	21
b. Produk	22
c. Nilai, Kepuasan, dan Mutu	22
d. Pertukaran, Transaksi, dan Hubungan	23
e. Pasar	24
2. Bauran Pemasaran.....	25
a. Produk	28
b. Harga.....	29
c. Distribusi.....	29
d. Promosi	29
3. Pemasaran Hijau.....	29
a. Produk Hijau	31
b. Harga Hijau	32
c. Distribusi Hijau	32
d. Promosi Hijau	32
4. Pemasaran Syariah	34
a. Ketuhanan	35
b. Etis	36
c. Realistis.....	36
d. Humanistis	36
BAB III METODELOGI PENELITIAN	44
A. Jenis Penelitian.....	44
B. Lokasi Penelitian.....	44
C. Sumber Data.....	44
D. Metode Pengumpulan Data	44
1. Studi Kepustakaan.....	44
2. Studi Lapangan.....	45
E. Motode Analisis Data.....	45

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Sejarah Butik Daur Ulang Yogyakarta	47
B. Struktur Organisasi Butik Daur Ulang.....	51
C. Penerapan Pemasaran Hijau Di Butik Daur Ulang	52
D. Pemasaran Hijau di Butik Daur Ulang Dalam Perspektif Pemasaran Syariah	57
BAB V PENUTUP.....	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Jumlah Sampah di Butik Daur Ulang	50
Tabel 4.4. Bauran Pemasaran Hijau di Butik Daur Ulang dalam Perspektif Pemasaran Syariah	61



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Konsep Inti Pemasaran.....	21
Gambar 2.2. Konsep Bauran Pemasaran.....	29
Gambar 2.3. Konsep Bauran Pemasaran Hijau.....	31
Gambar 4.1. Struktur Organisasi Butik Daur Ulang.....	51
Gambar 4.3. Skema Proses Produksi Butik Daur Ulang.....	53

