

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
REKOMENDASI PEMBIMBIN	iii
PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
TRANSLITERASI ARAB LATIN	xii
DAFTAR ISI.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	10
A. Telaah Pustaka	10
B. Landasan Teori.....	19
1. Pengertian Pemasaran.....	19
2. Definisi Pemasaran Dalam Islam	22
3. Dasar Hukum Syariah Marketing.....	25
a. Al Qur'an	26
b. Hadist Nabi	27
c. Ijma	28
d. Landasan Fqih (Kaidah Fiqh Muamalah)	29
4. Pengertian Online Marketing.....	29
5. Pengaruh Online Marketing.....	30
6. Industri Kreatif	31

a. Pengertian Industri Kreatif.....	31
b. Empatbelas Sub-Sektor Industri Kreatif.....	33
BAB III METODEDE PENELITIAN.....	39
A. Jenis Penelitian.....	39
B. Lokasi Penelitian.....	39
C. Sifat Penelitian	40
D. Sumber Data.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41
F. Tenik Analisis Data.....	42
BAB VI ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Deskripsi Industri Kreatif Rumah Warna	45
1. Sejarah Industri Kreatif Rumah Warna	45
2. Visi Misi Indutri Kreatif Rumah Warna.....	46
3. Letak Geografis Industri Kreatif Rumah Warna	46
4. Pola Pengelolaan Industri Kreatif Rumah Warna.....	46
5. Proses Transaksi Penjualan Produk Rumah Warna.....	47
B. Analisis Peran Online Marketing Di Rumah Warna dalam menunjang Pemasaran Perusahaan	48
1. Manajemen Perencanaan.....	48
2. Manajemen Pengorganisasian	49
3. Manajemen Pergerakan	49
4. Manajemen Pengawasan	49
C. Analisis penerapan Online Marketing Sebagai Strategi Pemasaran dalam Industri Kreatif Rumah Warna.....	49
1. Penerapan online marketing terhadap minat beli masyarakat	50
2. Penerapan Online Marketing Menurut Tujuan Perusahaan Rumah Warna	50
3. Biaya Menggunakan Online Marketing	51
4. Penerapan Online Marketing Menurut Efisiensi waktu	51
D. Analisis Dampak Penerapan Online Marketing di Industri Kreatif Rumah Warna	52

1. Tercapainya Tujuan.....	52
2. Terintegrasi.....	53
3. Adaptasi.....	53
4. Ketergantungan Perusahaan.....	54
5. Komponen-Komponen Dalam Internet Marketing	54
a. Proses.....	54
2) Membentuk Peluang Pasar	54
3) Menyusun Strategi Pemasaran	55
4) Merancang Pengalaman Pelanggan	56
5) Membangun Hubungan Muka Dengan Pelanggan.....	56
6) Merancang Program Pemasaran	57
7) Meningkatkan informasi pelanggan melalui Teknologi.....	62
8) Mengevaluasi Hasil Program Pemasaran Secara Keseluruhan	62
b. Membangun dan mempertahankan hubungan pelanggan	62
c. Online	63
d. Pertukaran.....	63
e. Pemenuhan kepuasan kebutuhan kedua belah pihak.....	64
E. Penerapan Strategi Pemasaran Di Rumah Warna dalam Pandangan Pemasaran Yang Islami.....	64
1. Inovasi	65
2. Efisiensi.....	65
3. Service.....	66
4. Responsibilitas	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	71
DAFTAR TABEL	
Persamaan dan Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu	16
LAMPIRAN	

Daftar Pertanyaan Wawancara Dan Jawaban

Daftar Gambar Dokumentasi

