

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Penelitian Terdahulu	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
A. Akad Jual Beli	15
B. Jasa Titip <i>Online</i>	23

C. Akad Ijarah	29
D. Akad <i>Wakalah bi al-ujrah</i>	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
A. Pendekatan dan Metode Penelitian	44
B. Jenis Data	45
C. Sumber Data	45
D. Teknik Pengumpulan Data	46
E. Analisis Data	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Profil Bandung X Beauty	49
B. Mekanisme Praktik Jual Beli <i>Skincare</i> melalui Jasa titip <i>online</i> di Media Sosial (Studi kasus pada Bandung X Beauty).....	53
C. Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Praktik Jual Beli <i>Skincare</i> melalui Jasa Titip <i>Online</i> di Media Sosial (Studi kasus pada Bandung X Beauty).....	61
BAB V PENUTUP	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN-LAMPIRAN	76