

DAFTAR ISI

LEMBARAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iv
LEMBAR PEDOMAN TRANSLITERASI	v
ABSTRAK	vi
RIWAYAT HIDUP PENELITI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Konsep dan Teori	8
1. Perilaku Konsumen Muslim	8
2. Marketing Mix 4p	11
3. Etika Pemasaran Syariah	18
4. Prinsip Ekonomi Islam	21
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Kerangka Berfikir	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
a. Jenis dan Sumber Data	42
b. Metode dan Pendekatan	44
c. Teknik Pengumpulan Data	45

d. Analisis Data	47
e. Kesimpulan dan Verifikasi	48
f. Tempat Penelitian.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	51
1. Sejarah Berdirinya Café Teringat Kopi Sindang Indramayu	51
2. Visi dan Misi Café Teringat Kopi Berlandaskan Nilai Syariah	52
3. Struktur Organisasi dan Pengelolaan Sumber Daya Manusia	52
4. Produk, Layanan dan Fasilitas Pendukung.....	53
5. Strategi Bauran Pemasaran Berlandaskan Prinsip Islam	55
B. Hasil Analisis Data	59
1. Strategi Pemasaran Beretika dan Jujur (4P Syariah)	59
2. Komitmen Syariah sebagai Landasan Filosofi Usaha	67
3. Implementasi Nilai Syariah Dalam Operasional Bisnis	69
4. Keterikatan dengan konsep Ekonomi Syariah.....	72
5. Peluang dan Hambatan dalam Mengintegrasikan Nilai Nilai Syariah	74
C. Pembahasan.....	77
1. Penguatan Filosofi Syariah Sebagai Dasar Usaha	77
2. Operasional Bisnis dan Praktik Muamalah	80
3. Strategi Pemasaran Dalam Kerangka Syariah	82
4. Café Sebagai Miniatur Ekonomi Syariah	85
BAB V PENUTUP	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA.....	90
DAFTAR LAMPIRAN	93