

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Manfaat Penelitian	10
1. Manfaat Teoritis	10

2. Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Penelitian Terdahulu.....	12
B. Landasan Teori	16
1. Pengertian Etika	16
2. Etika Bisnis	16
3. Etika Bisnis Islam	17
4. Pengertian Promosi	19
5. Strategi Promosi.....	19
6. Promosi dalam Islam.....	20
7. Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>).....	22
C. Kerangka Berpikir.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
A. Metode dan Pendekatan	29
B. Jenis dan Sumber Data	30
C. Teknik Pengumpulan Data	31
D. Teknik Analisis Data	32
E. Tempat dan Waktu Penelitian.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
A. Hasil Penelitian	36

1. Gambaran Umum	36
2. Analisis Data	39
3. Kesimpulan Penelitian	54
B. Pembahasan.....	57
1. Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Usaha Parahyangan Gorden Kabupaten Bandung.....	57
2. Analisis Kesesuaian Strategi <i>Promotion Mix</i> terhadap Usaha Parahyangan Gorden Kabupaten Bandung dengan Etika Bisnis Islam	61
BAB V PENUTUP	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran.....	70
1. Bagi Parahyangan Gorden.....	70
2. Bagi Pelaku Usaha Lainnya	70
3. Bagi Peneliti Selanjutnya	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 4.1 Familiarisasi Data	41
Tabel 4.2 Pengkodean Data	44
Tabel 4.3 Analisis <i>Promotion Mix</i> Menurut Etika Bisnis Islam	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Produk Domestik Regional Bruto atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha (dalam Persen) Sektor Industri Pengolahan di Kabupaten Bandung.....	1
Gambar 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Gambar 4.1 Struktural Parahyangan Gorden	38
Gambar 4.2 Tema Kesatuan (<i>Unity/Tauhid</i>)	49
Gambar 4.3 Tema Keseimbangan (<i>Equilibrium/'Adl</i>).....	50
Gambar 4.4 Tema Kehendak Bebas (<i>Free Will/Ikhtiyar</i>).....	50
Gambar 4.5 Tema Tanggung Jawab (<i>Responsibility/Mas'uliyah</i>)	51
Gambar 4.6 Tema Periklanan (<i>Advertising</i>).....	52
Gambar 4.7 Tema Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	52
Gambar 4.8 Tema Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>).....	53
Gambar 4.9 Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>)	54

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG