

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAN.....	v
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	
xiii	
RIWAYAT HIDUP	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian.....	7
1. Kegunaan Secara Akademis.....	7
2. Kegunaan Secara Praktis	8
E. Landasan Pemikiran	8
1. Landasan Teoriti	8
F. Landasan Konsep.....	11
1. Manajemen Dakwah	11
2. Aktivitas Bisnis.....	11
3. Busana Muslim	16
G. Landasan Operasional.....	18
H. Langkah-langkah Penelitian	20
1. Objek Penelitian.....	20

2.	Lokasi Penelitian.....	20
3.	Paradigma dan Pendekatan	21
4.	Metode Penelitian	22
5.	Jenis dan Sumber Data.....	23
	a. Jenis Data.....	23
	b. Sumber Data	23
6.	Informasi Penelitian	24
7.	Teknik Pengumpulan Data	25
	a. Observasi.....	25
	b. Wawancara.....	25
	c. Dokumentasi	26
8.	Teknik Analisis Data	26
BAB II KAJIAN PUSTAKA		29
A.	Manajemen Dakwah dalam Aktivitas Bisnis Busana Muslim	29
	1. Manajemen Dakwah.....	29
	2. Aktivitas Bisnis	33
	3. Busana Muslim	34
B.	Penelitian relevan	46
C.	Status, Posisi, dan Kontribusi Penelitian.....	53
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		56
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	56
	1. Profil Zoya.....	56
	2. Zoya Karawang	60
	3. Logo Zoya	62
	4. Visi dan Misi	62
	5. Struktur Organisasi.....	63
	6. Prestasi	64
	7. <i>Brand Ambassador</i>	64
	8. Program Sponsor	67
	9. Profil Member Card Zoya	67
B.	Hasil Penelitian.....	68

1. Aktivitas Produksi (<i>Production Activity</i>)	68
2. Aktivitas Distribusi (<i>Distribution Activity</i>)	70
3. Aktivitas Segmentasi Pasar (<i>Market Segment Activity</i>)	76
4. Manajemen Dakwah pada Toko Busana Muslim Zoya Karawang..	79
BAB IV PENUTUP	83
A. Kesimpulan	82
B. Saran.....	83
1. Praktisi Dakwah.....	83
2. Praktisi Bisnis	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	88
PEDOMAN WAWANCARA.....	92
FOTO KEGIATAN.....	93

