

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
MOTTO HIDUP	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian	9
E. Studi Terdahulu	10
F. Kerangka Berpikir	14
G. Langkah-Langkah Penelitian	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA TENTANG JUAL BELI, STRATEGI PEMASARAN DAN PSIKOLOGI KONSUMEN	26
A. Jual Beli	26
1. Pengertian Jual Beli	26
2. Dasar Hukum Jual Beli	28
3. Rukun dan Syarat Jual Beli	31
4. Khiyar dalam Jual Beli	34
5. Prinsip-Prinsip Jual Beli	37
6. Etika Jual Beli	38
B. Strategi Pemasaran	39

1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	39
2. Fungsi dan Tujuan Strategi Pemasaran	41
3. Konsep Strategi Pemasaran.....	42
4. Iklan sebagai Strategi Pemasaran Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen	44
5. Penetapan Harga.....	49
6. Strategi Pemasaran dalam Islam	52
C. Psikologi Konsumen	58
1. Pengertian Psikologi Konsumen	58
2. Proses Internal Psikologi Konsumen.....	60
3. Aspek Psikologi pada Keputusan Pembelian.....	61
4. Ilusi Harga.....	64
D. Ghisy (Penipuan).....	65
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN TENTANG ILUSI HARGA SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN.....	68
A. Praktik Ilusi Harga sebagai Strategi Pemasaran dalam Penjualan Buah di Kecamatan Panyileukan	68
B. Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Ilusi Harga sebagai Strategi Pemasaran dalam Penjualan Buah di Kecamatan Panyileukan	75
BAB IV PENUTUP	83
A. Simpulan.....	83
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	89