

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PRAKATA.....	ix
TRANSLITE LITERASI	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
ABSTRAK	xvii
<i>ABSTRACT</i>	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Kontek Penelitian	1
B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian.....	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Kegunaan Penelitian.....	13
E. Penegasan Istilah	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Pemasaran Syariah	18
B. Ekonomi Profetik	21
C. Bauran Pemasaran.....	35

D. Penjualan <i>Online</i>	53
E. Penelitian Terdahulu	61
F. Paradigma Penelitian.....	70

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	72
B. Kehadiran Penelitian	73
C. Lokasi Penelitian.....	75
D. Sumber Data.....	75
E. Teknik Pengumpulan Data.....	76
F. Teknik Analisis Data.....	79
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	81
H. Tahap-tahap Penelitian.....	81

BAB IV PAPARAN DATA DAN HASIL TEMUAN PENELITIAN

A. Profil Toko Herbal Nasa Banyuwangi.....	84
B. Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan di Toko Herbal Nasa Banyuwangi	88
C. Profil Toko Herbal MSI Trenggalek.....	100
D. Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan di Toko Herbal MSI Trenggalek.....	103
E. Penerapan Ekonomi Profetik pada Toko Herbal Nasa Banyuwangi	115
F. Penerapan Ekonomi Profetik pada Toko Herbal MSI Trenggalek	123
G. Kendala dan solusi dalam Bauran Pemasaran Perspektif Ekonomi Profetik dalam Meningkatkan Penjualan di Toko Herbal Nasa Banyuwangi	130
H. Kendala dan solusi dalam Bauran Pemasaran Perspektif Ekonomi Profetik dalam Meningkatkan Penjualan di Toko Herbal MSI Trenggalek.....	140

BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Bauran Pemasaran Perspektif Ekonomi Profetik Dalam Meningkatkan Penjualan	152
B. Kendala dan Solusi dalam Bauran Pemasaran Perspektif Ekonomi Profetik	168
BAB VI PENUTUP	
C. Kesimpulan.....	181
D. Implikasi.....	183
E. Saran.....	184
DAFTAR RUJUKAN.....	186
LAMPIRAN-LAMPIRAN	192