

DAFTAR ISI

Halaman Persetujuan.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Keaslian	iii
Halaman Motto.....	iv
Halaman Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Gambar.....	vii
Daftar Lampiran	ix
Pedoman Transliterasi	x
Abstrak	xvi
Daftar Isi.....	xvii

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian dan Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Kegunaan Penelitian.....	13
E. Penegasan Istilah	14

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Pemasaran.....	17
B. Bauran Pemasaran atau Marketing Mix	21
C. E-commerce	38
D. Jenis- Jenis E-Commerce	43
E. Etika Bisnis Islam.....	44
F. Tolak Ukur Penerapan Etika Bisnis Islam	56
G. Transaksi yang Dilarang dalam Islam.....	58
H. <i>Sustainability Business</i>	59
I. Penelitian Terdahulu	66
J. Karangka Teoritik Peneliti	76

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	77
B. Jenis Penelitian.....	77
C. Kehadiran Peneliti.....	78
D. Lokasi Penelitian.....	79
E. Sumber Data.....	80
F. Teknik Pengumpulan Data.....	81
G. Analisis Data.....	83
H. Pengecekan Keabsahan Data.....	84
I. Tahap – tahap Penelitian	86
J. Sistematika Pembahasan	86

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data	89
1. Profil Tempat Penelitian	89
B. Temuan Penelitian	93
1. Temuan Tentang Pemasaran Melalui E-commerce pada Zaidan Mall dan Delfybrosantik.....	93
C. Analisis Data.....	124
1. Analisis Tentang Pemasaran Melalui E-Commerce Untuk Meningkatkan Sustainability Business Dalam Persepektif Etika Bisnis Islam.....	124

BAB V PEMBAHASAN

A. Pembahasan Tentang Pemasaran Melalui <i>E-commerce</i> pada Zaidan Mall dan Delfybrosantik berdasarkan Etika Bisnis Islam	138
B. Pembahasan Tentang <i>Sustainability</i> Bisnis pada Zaidan Mall dan Delfybrosantik berdasarkan Etika Bisnis Islam	154

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	162
B. Saran	163

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN