

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Bagan.....	xiii
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
Abstrak	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Batasan Masalah	9
E. Manfaat Penelitian	10
F. Penegasan Istilah	11
G. Sistematika Penulisan Skripsi.....	13
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
A. Strategi	15

1. Pengertian Strategi	15
2. Perumusan Strategi	16
3. Keputusan Strategi	18
4. Strategi Pemasaran	19
B. Kepuasan	20
1. Pengertian Kepuasan	20
2. Prinsip Kepuasan	20
C. Konsumen.....	21
1. Pengertian Konsumen	21
2. Perilaku Konsumen	23
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	23
D. Bisnis Online Era Ekonomi Digital	29
1. Pengertian Bisnis	29
2. Klasifikasi Bisnis	31
3. Pengertian Bisnis Online	34
4. Jenis Usaha Bisnis Online	35
E. Ekonomi Islam.....	38
1. Pengertian Ekonomi Islam	38
2. Tujuan Ekonomi Islam	41
3. Prinsip Etika Bisnis Dalam Ekonomi Islam	42
F. Penelitian Terdahulu	46
G. Kerangka Konseptual.....	55

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian dan Pendekatan Penelitian.....	57
1. Jenis Penelitian	57
2. Pendekatan Penelitian	58
B. Lokasi Penelitian	58
C. Kehadiran Peneliti.....	59
D. Jenis dan Sumber Data.....	60
1. Data Primer	60
2. Data Sekunder.....	60
E. Teknik Pengumpulan Data	60
1. Observasi	61
2. Wawancara	61
F. Teknik Analisis Data.....	63
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	64
H. Tahap-Tahap Penelitian	65

BAB IV : PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Paparan Data.....	67
1. Strategi Pemasaran Untuk MempertahankanKepuasan Konsumen Berkaitan dengan Kualitas Produk di Hesty Collection	67
2. Strategi Pemasaran Untuk Mempertahankan Kepuasan Konsumen Berkaitan dengan Kualitas Layanan di Hesty Collection	68

3. Strategi Pemasaran Untuk Mempertahankan Kepuasan Konsumen Berkaitan dengan Harga Produk di Hesty Collection	68
B. Temuan Penelitian	69
1. Profil Hesty Collection	69
2. Lokasi Hesty Collection	70
3. Perilaku Konsumen di Hesty Collection	70
4. Pemilihan Produk	71
5. Mengatasi Komplain dari Konsumen.....	72
6. Pemberian Potongan Harga	75
7. Pelayanan Kepada Konsumen.....	76

BAB V : PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Untuk Mempertahankan Kepuasan Konsumen Berkaitan dengan Kualitas Produk dalam Perspektif Etika Bisnis Islam	78
B. Strategi Pemasaran Untuk Mempertahankan Kepuasan Konsumen Berkaitan dengan Kualitas Layanan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam	81
C. Strategi Pemasaran Untuk Mempertahankan Kepuasan Konsumen Berkaitan dengan Harga Produk dalam Perspektif Etika Bisnis Islam	85

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	88
B. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN-LAMPIRAN	