

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	v
PERSYARATAN KEASLIAN TULISAN.....	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
ABSTRAK	xxi
ABSTRACT	xxii
المخلص.....	xxiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kegunaan Penelitian.....	11
E. Penegasan Istilah.....	13
F. Sistematika Penulisan.....	16
BAB II KAJIAN TEORI	18
A. Fikih Muamalah.....	18
B. Bauran Pemasaran.....	26
C. Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.....	33
D. Penelitian Terdahulu	38
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	45

B. Lokasi Penelitian.....	46
C. Kehadiran Peneliti.....	47
D. Sumber Data	48
E. Teknik Pengumpulan Data.....	50
F. Teknik Analisis Data.....	53
G. Pengecekan Keabsahan Data	56
H. Tahap-Tahap Penelitian	59
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	61
A. Paparan Data	61
B. Temuan Penelitian	79
BAB V PEMBAHASAN	81
A. Penerapan Bauran Pemasaran 4P (Product, Price, Place dan Promotion) Pada UMKM Keripik Gedebok Pisang Gesit di Desa Bangun Kecamatan Munjungan Kabupaten Trenggalek.....	81
B. Kesesuaian Penerapan Bauran Pemasaran 4P (Product, Price, Place dan Promotion) Dengan Fikih Muamalah	91
C. Penerapan Strategi Harga Dalam Bauran Pemasaran Ditinjau dari Perspektif Hukum Persaingan Usaha.....	100
BAB VI PENUTUP	104
A. Kesimpulan	104
B. Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN.....	116