

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	ix
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xv
KATA PENGANTAR.....	xvii
DAFTAR ISI.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR TABEL.....	xxiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Strategi Pemasaran	11
2.1.1 Segmentasi Pasar (<i>Segmenting</i>)	13
2.1.2 Pasar Sasaran (<i>Targeting</i>)	15
2.1.3 Posisi Pasar (<i>Positioning</i>)	16
2.1.4 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	18
2.1.5 Analisis SWOT	20
2.2 Etika Bisnis Islami	23
2.2.1 Etika Bisnis	23
2.2.2 Etika Bisnis Islam	24
2.2.3 Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam	25
2.2.4 Etika dan Prinsip Bisnis Rasulullah SAW	27
2.3 Bagan Kerangka Pikir	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1 Jenis Penelitian	35
3.2 Objek Penelitian.....	36
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.4 Teknik Analisis Data	38
3.5 Pengecekan Keabsahan Data	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	41
4.2 Analisis Strategi Pemasaran Distributor Air Minum Isi Ulang Rezky Yang Sesuai Dengan Etika Bisnis Islam	42
4.2.1 Segmentasi Pasar	42
4.2.2 Pasar Sasaran	45
4.2.3 Posisi Pasar	46
4.2.4 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	47
4.2.5 Analisis SWOT.....	68
BAB V PENUTUP	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	77
BIODATA PENULIS	79