

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
PRAKATA	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
INTISARI.....	ix
ABSTRACT.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
1. Rumusan Masalah	5
2. Keaslian Penelitian	5
3. Manfaat Penelitian.....	7
B. Tujuan Penelitian	8
C. Tinjauan Pustaka	8
D. Landasan Teori.....	13
E. Metode Penelitian.....	17
F. Jalan Penelitian	18
G. Hasil yang Dicapai	22
H. Sistematika Penulisan	22
BAB II PRINSIP INTEGRITAS MORAL DALAM ETIKA BISNIS.....	24
A. Pengertian Etika Bisnis.....	24
B. Prinsip Etika Bisnis	28

C. Prinsip Integritas Moral.....	33
1. Definisi Integritas Moral	33
2. Dimensi konstruksi prinsip integritas moral.....	38
3. Cakupan Prinsip Integritas Moral	42
BAB III KOMODIFIKASI AGAMA ISLAM SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN.....	46
A. Konsep Strategi Pemasaran	46
B. Komodifikasi Agama Islam Sebagai Strategi Pemasaran di Indonesia.....	63
BAB IV TELAAH PRINSIP INTEGRITAS MORAL TERHADAP KASUS KOMODIFIKASI AGAMA ISLAM SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN	88
A. Prinsip Integritas Moral sebagai Parameter Evaluatif Pemasaran Berbasis Agama	88
B. Batasan komodifikasi Agama Islam sebagai Strategi Pemasaran	99
C. Refleksi Kritis	125
BAB V PENUTUP	128
A. Kesimpulan	128
B. Saran	131
DAFTAR PUSTAKA.....	133