

## DAFTAR ISI

Lembar Judul	
Lembar Pengesahan	i
Halaman Pernyataan	ii
Prakata	iii
Motto	v
Intisari	vii
Abstract	viii
Daftar Isi	viii

## BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Keaslian Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Tinjauan Pustaka	8
G. Landasan Teori	10
H. Metode Penelitian	12
I. Hasil yang Dicapai	15
J. Sistematika Penulisan	15

## BAB II: PRINSIP INTEGRITAS MORAL DALAM ETIKA BISNIS

A. Konsep Dasar Etika Bisnis	17
1. Pengertian Etika	17

2. Pengertian Bisnis	21
3. Pengertian Etika Bisnis	21
 B. Prinsip-prinsip Etika Bisnis	 25
1. Prinsip Otonomi	26
2. Prinsip Kejujuran	27
3. Prinsip Keadilan	28
4. Prinsip Saling Menguntungkan	29
5. Prinsip Integritas Moral	29
C. Etos Bisnis	30
D. Integritas Moral	31
1. Pengertian Integritas Moral	31
2. Kategori Integritas Moral	33
a. Kategori Evaluatif	33
b. Kategori Non-evaluatif	34

### **BAB III: STRATEGI PEMASARAN DAN RUANG LINGKUP *THE BODY SHOP***

A. Pengertian Strategi Pemasaran	36
B. Ruang Lingkup <i>The Body Shop</i>	37
1. Profil dan Strategi Pemasaran	37
2. <i>The Body Shop</i> Indonesia	47
3. Lokasi <i>The Body Shop</i> Indonesia	51

## **BAB IV: ANALISI PRINSIP INTEGRITAS MORAL DI ETIKA BISNIS DALAM STRATEGI PEMASARAN *THE BODY SHOP***

### **A. Landasan-landasan Prinsip Etika Bisnis 54**

dalam *Green Marketing* Sebagai Strategi Pemasaran

*The Body Shop Company*

### **B. Prinsip Integritas Moral dalam Etos Bisnis 64**

*The Body Shop Company*

## **BAB V: PENUTUP**

### **A. Kesimpulan 67**

### **B. Kritik dan Saran 69**

## **DAFTAR PUSTAKA 70**