

Daftar Isi

Halaman Judul.....	I
Halaman Pengesahan.....	II
Halaman Pernyataan.....	III
Halaman Persembahan.....	IV
Motto.....	V
Prakata.....	VI
Daftar Isi.....	VIII
Abstrak.....	XI
Abstract.....	XII

BAB I PENDAHULUAN

Latar Belakang.....	1
Rumusan Masalah.....	4
Keaslian Penelitian.....	4
Manfaat Penelitian.....	6
Tujuan Penelitian.....	7
Tinjauan Pustaka.....	7
Landasan Teori.....	9
Metode Penelitian.....	13

BAB II TEORI ETIKA BISNIS

Pengertian Etika, Bisnis, dan Etika Bisnis.....	18
Etika.....	18
Pengertian Etika Bisnis.....	22
Pengertian Bisnis.....	26

Prinsip-Prinsip Etika Bisnis	27
Prinsip Otonomi.....	28
Prinsip Kejujuran.....	29
Prinsip Keadilan.....	30
Prinsip Saling menguntungkan.....	33
Prinsip Integritas Moral.....	33

BAB III DESKRIPSI TENTANG MARKETING & IKLAN RUMAH MAKAN *KIWAE*

Strategi Marketing.....	34
Ruang Lingkup Iklan.....	35
Tujuan iklan.....	36
Fungsi iklan.....	38
Metode iklan.....	39
Profil Rumah Makan <i>Kiwae</i>.....	44
Visi dan Misi.....	48
Produk <i>Kiwae</i>	49
D.Strategi Pemasaran Dan iklan Rumah Makan <i>Kiwae</i>.....	53
Kelayakan/Etika.....	55
Fungsi Marketing.....	58

BAB IV PEMBAHASAN

Analisis Strategi Marketing <i>Kiwae</i> Berdasarkan Prinsip Etika Bisnis.....	67
Prinsip Otonomi Dalam strategi <i>marketing</i> Iklan <i>Kiwae</i>	67
Prinsip Kejujuran Dalam strategi <i>marketing</i> Iklan <i>Kiwae</i>	71
Prinsip Keadilan Dalam strategi <i>marketing</i> Iklan <i>Kiwae</i>	76

Prinsip Saling Menguntungkan Dalam strategi *marketing* Iklan Kiwae..... 80

Prinsip Integritas Moral Dalam strategi *marketing* Iklan Kiwae.....81

BAB V PENUTUP

Kesimpulan..... 84

Saran 88

DAFTAR PUSTAKA..... 90

LAMPIRAN..... 92

Lampiran 1.....92

Lampiran 2.....95

Lampiran 3.....96