

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
E. Metode Penelitian	6
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	11
A. Visi dan Misi PT. Dhuha Karya	11
B. Struktur Organisasi Perusahaan	11
BAB III TINJAUAN UMUM TENTANG PEMASARAN	18
A. Pengertian Pemasaran Dalam Islam	18
B. Sumber Hukum Pemasaran Dalam Islam	19
C. Strategi Pemasaran	23
D. Unsur-Unsur Pemasaran Dalam Islam	28
E. Pemasaran Menurut Sistem Ekonomi Islam	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A. Sistem Pemasaran Yang Dilakukan PT. Dhuha Karya Dalam Volume Penjualan Perumahan	37
B. Faktor-faktor Yang Menjadi Penghambat dan Pendorong Pemasaran Perumahan	47
C. Tinjauan Ekonomi Islam Pada Pemasaran Perumahan PT. Dhuha Karya	50

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	53
B. Saran	54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

