DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
REKOMENDASI PEMBIMBING iv
NOTA DINAS v
HALAMAN PERSEMBAHAN vi
MOTTO vii
ABSTRAK viii
ABSTRACT ix
TRANSLITERASI ARAB – LATIN x
KATA PENGANTAR xvii
DAFTAR ISI xix
DAFTAR TABEL xxi
DAFTAR GAMBAR xxii
BAB I Pendahuluan 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan Penelitian 5
D. Manfaat Penelitian 5
E. Sistematika Pembahasan 5
BAB II Telaah Pustaka dan Landasan Teori 8
A. Telaah Pustaka 8
B. Landasan Teori 22
1. Peran 22
2. Penjualan 22
3. Keagenan 29
4. Keagenan dalam Perspektif Islam 37
BAB III Metode Penelitian 44
A. Desain Penelitian 44
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 44
C. Objek Penelitian 44
D. Populasi dan Sampel 44
E. Sumber Data 45

F. Teknik Pengumpulan Data 45
G. Teknik Analisis Data 46
BAB IV Analisis dan Pembahasan 48
A. Gambaran Umum Perusahaan 48
1. Sejarah Berdirinya Mezora 49
2. Visi dan Misi Mezora 50
3. Tujuan, Sasaran dan Struktur Organisasi 50
B. Peran Agen Terhadap Peningkatan Penjualan Perspektif Ekonomi Islam 53
BAB V Kesimpulan 76
A. Kesimpulan 76
B. Saran 76
DAFTAR PUSTAKA 78
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1Perbandingan Penelitian terdahulu 14
Tabel 4.1Identifikasi kesesuaian Teori Peran Agen Terhadap Peningkatan Penjualan Perspektif Islam.....69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1Struktur Organisasi Mezora Yogyakarta.....51
Gambar 1.1Data Analisa Penjualan Tahunan Mezora Periode 2015-2016 74