

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II: KAJIAN PUSTAKA	
A. Deskripsi Teori	9
1. Strategi Pemasaran.....	9
a. Pengertian dan Konsep Strategi	9
b. Pengertian dan Konsep Pemasaran	10
c. Pemasaran dalam Islam.....	11
d. Pengertian Strategi Pemasaran	12
e. Retailing Mix (Bauran Ritel)	13
f. Strategi Pemasaran dalam Islam	19
2. Waralaba atau <i>Franchising</i>	21
a. Pengertian Waralaba	21
b. Waralaba dalam Islam	23
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Kerangka Berpikir.....	31
BAB III: METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	32
B. Sumber Data Penelitian.....	32
C. Lokasi Penelitian.....	33

D. Subjek Penelitian	33
E. Tehnik Pengumpulan Data	34
F. Uji Keabsahan Data	34
G. Analisis Data.....	36

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	38
1. Profil <i>Franchisor</i> OMI	38
2. Profil <i>Franchisee</i>	41
a. Profil Singkat Toko Citra.....	41
b. Profil Singkat Alfa Barokah Mart	43
c. Profil Singkat Trenshop Assa Mart.....	44
d. Profil Singkat Kafa Mart	45
e. Profil Singkat Toko ANDA	46
B. Deskripsi Data Penelitian.....	47
1. Data Implementasi <i>Retailing Mix</i> <i>Franchisor</i> OMI.....	47
2. Data Implementasi <i>Retailing Mix</i> <i>Franchisee</i>	48
a. Data Implementasi <i>Retailing Mix</i> Toko Citra.....	48
b. Data Implementasi <i>Retailing Mix</i> Alfa Barokah Mart.....	50
c. Data Implementasi <i>Retailing Mix</i> Trenshop Assa Mart.....	52
d. Data Implementasi <i>Retailing Mix</i> Kafa Mart	55
e. Data Implementasi <i>Retailing Mix</i> Toko ANDA	57
C. Pembahasan dan Analisis Data Penelitian.....	58
1. Analisis Implementasi <i>Retailing Mix</i> <i>Franchisor</i> OMI.....	58
2. Analisis Implementasi <i>Retailing Mix</i> <i>Franchisee</i>	68
a. Analisis Implementasi <i>Retailing Mix</i> Toko Citra.....	70
b. Analisis Implementasi <i>Retailing Mix</i> Alfa Barokah Mart.....	71
c. Analisis Implementasi <i>Retailing Mix</i> Trenshop Assa Mart.....	72

d. Analisis Implementasi <i>Retailing Mix</i> Kafa Mart.....	73
e. Analisis Implementasi <i>Retailing Mix</i> Toko ANDA	74

BAB V: PENUTUP

A. Simpulan.....	75
B. Keterbatasan Penelitian.....	76
C. Saran	76
D. Penutup	77

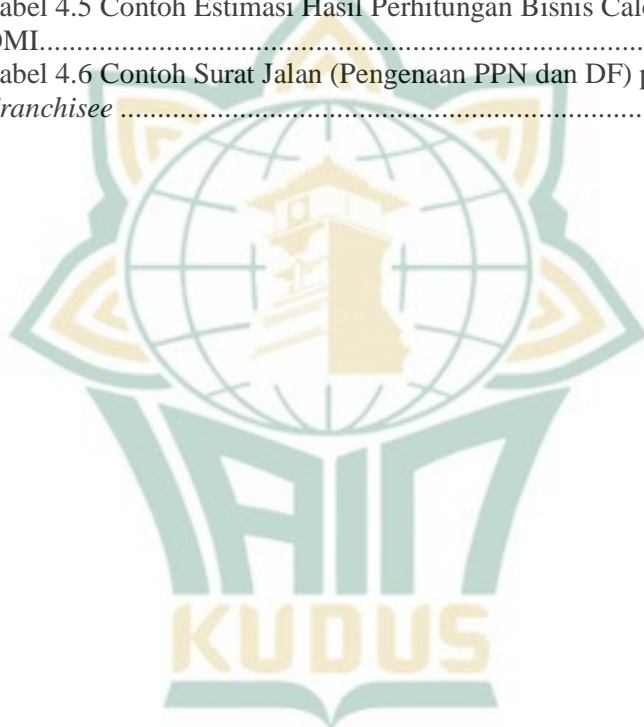
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 4.1 Nilai Investasi.....	45
Tabel 4.2 Nilai Royalti	46
Tabel 4.3 Contoh Estimasi Payback Period Calon OMI (M MART).....	66
Tabel 4.4 Contoh Prospektus Bisnis Calon OMI (M MART)	69
Tabel 4.5 Contoh Estimasi Hasil Perhitungan Bisnis Calon OMI.....	71
Tabel 4.6 Contoh Surat Jalan (Penaan PPN dan DF) pada <i>Franchisee</i>	73



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	35
Gambar 4.1 Toko Citra.....	47
Gambar 4.2 Alfa Barokah Mart.....	48
Gambar 4.3 Trenshop Assa Mart.....	49
Gambar 4.4 Kafa Mart	50
Gambar 4.5 Toko ANDA	51

