

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Sistematika Penulisan	8
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Teori Strategi Pemasaran	10
1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	10
2. Pengertian Pemasaran	11
3. Pemasaran dalam Syariah Islam	11
4. Bauran Pemasaran.....	13
B. Teori Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan dalam Perspektif Ekonomi Syariah	16
1. Pengertian Strategi.....	16
2. Tujuan dan Manfaat Strategi Pemasaran	17
3. Peningkatan Penjualan.....	18
a. Pengertian Peningkatan Penjualan.....	18
b. Faktor-faktor dan Metode yang Mempengaruhi Peningkatan Penjualan	19
4. Strategi Pemasaran Menurut Islam	20

C. Teori <i>Franchise</i> atau Waralaba.....	22
1. Pengertian <i>Franchise</i>	22
2. Dasar Hukum <i>Franchise</i>	23
3. Istilah-Istilah dalam Bisnis <i>Franchise</i>	25
D. Penelitian Terdahulu	26
E. Kerangka Berfikir	29

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan	32
B. <i>Setting</i> Penelitian	33
C. Subyek Penelitian.....	33
D. Sumber Data.....	33
E. Teknik Pengumpulan Data.....	34
F. Pengujian Keabsahan Data	35
G. Teknik Analisis Data.....	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Obyek Penelitian	39
1. Sejarah Berdirinya Cilok Dara Franchise	39
2. Agen Cilok Dara Franchise.....	40
3. Sistem Kerja Cilok Dara Franchise.....	41
4. Produk Cilok Dara Franchise.....	42
5. Letak Geografis Cilok Dara Franchise	42
6. Visi Dan Misi Cilok Dara Franchise.....	42
7. Struktur Organisasi Cilok Dara Franchise	43
8. Hambatan Perusahaan.....	47
9. Prosedur dan Mekanisme Operasional Cilok Dara Franchise	48
10. Proses Operasional Cilok Dara Franchise.....	50
11. Gaji Karyawan, Agen dan Mitra.....	51
B. Hasil Penelitian	52
1. Strategi Pemasaran Bisnis yang Dilakukan pada Cilok Dara Franchise untuk Meningkatkan Penjualan.....	52
2. Implementasi Pemasaran Bisnis Kuliner Cilok Dara Franchise dalam Perspektif Ekonomi Syariah.....	59

C. Analisis dan Pembahasan.....	64
1. Strategi Pemasaran Bisnis yang Dilakukan pada Cilok Dara Franchise untuk Meningkatkan Penjualan	64
2. Implementasi Pemasaran Bisnis Kuliner Cilok Dara Franchise dalam Perspektif Ekonomi Syariah.....	74
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	80
B. Saran-Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Daftar Sebagian Mitra Cilok Dara Franchise.....	44
Tabel 4.2 Data Penjualan Produk Cilok Dara Franchise.....	59
Tabel 4.3 Data Penjualan Produk Cilok Dara Franchise.....	74



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	30
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	43
Gambar 4.2 Proses Kegiatan Produksi	49
Gambar 4.3 Saluran Distribusi	69

