

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iv
PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiii
ABSTRAK.....	xvi
DAFTAR ISI.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Hasil Penelitian	5
E. Penegasan Istilah.....	6
F. Sistematika Pembahasan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Teori dan Konsep	10
1. <i>Rebranding</i>	10
2. Undang-Undang Merek.....	14
3. Undang-Undang Persaingan Usaha	26
4. Hukum Islam.....	30
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	46
B. Lokasi Penelitian.....	46

C. Kehadiran Penelitian	46
D. Sumber Data.....	47
E. Metode Pengumpulan Data.....	48
F. Teknik Analisis Data.....	49
G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	51
H. Tahap-Tahap Penelitian	52
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	54
A. Paparan Data	54
1. Penjelasan produsen dan <i>reseller</i> terhadap <i>rebranding</i> produk Salad Buah Premium 711 di Kelurahan Bendo	54
2. Penjelasan konsumen terhadap <i>rebranding</i> produk Salad Buah Premium 711 di Kelurahan Bendo.....	71
B. Temuan Penelitian.....	77
BAB V PEMBAHASAN	79
A. <i>Rebranding</i> Pada Produk Salad Buah Premium 711	79
B. Akibat Hukum <i>Rebranding</i> Produk Ditinjau Dari Undang-Undang Merek dan Undang-Undang Persaingan Usaha (Studi Produk Salad Buah Premium 711)	81
C. <i>Rebranding</i> Prodduk Ditinjau Dari Hukum Islam (Studi Produk Salad Buah Premium 711)	86
BAB VI PENUTUP	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	97