

**FAKTOR-FAKTOR  
YANG MEMPENGARUHI PERJANJIAN FRANCAIS DI INDONESIA**

**MOCH NAJIB IMANULLAH**

**DOKTOR FALSAFAH  
UNIVERSITI UTARA MALAYSIA  
September, 2010**



Kolej Undang-Undang, Kerajaan dan Pengajian Antarabangsa  
(College of Law, Government and International Studies)  
Universiti Utara Malaysia

**PERAKUAN KERJA TESIS / DISERTASI**  
(Certification of thesis / dissertation)

Kami, yang bertandatangan, memperakukan bahawa  
(We, the undersigned, certify that)

**MOCH NAJIB IMANULLAH**

Ph.D

calon untuk Ijazah  
(candidate for the degree of)

telah mengemukakan tesis / disertasi yang bertajuk:  
(has presented his/her thesis / dissertation of the following title):

**"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERJANJIAN FRANCAIS DI INDONESIA"**

seperti yang tercatat di muka surat tajuk dan kulit tesis / disertasi.  
(as it appears on the title page and front cover of the thesis / dissertation).

Bahawa tesis/disertasi tersebut boleh diterima dari segi bentuk serta kandungan dan meliputi bidang ilmu dengan memuaskan, sebagaimana yang ditunjukkan oleh calon dalam ujian lisan yang diadakan pada : **9 Jun 2010**

*That the said thesis/dissertation is acceptable in form and content and displays a satisfactory knowledge of the field of study as demonstrated by the candidate through an oral examination held on: **9 June 2010***

Pengerusi Viva  
(Chairman for Viva)

: **PROF. MADYA DR. AHMAD MARTADHA  
MOHAMED**

Tandatangan  
(Signature)

Pemeriksa Luar  
(External Examiner)

: **DR. MD. RAZIB ARSHAD**

Tandatangan  
(Signature)

Pemeriksa Dalam  
(Internal Examiner)

: **DR NOOR AL-HUDA ABDUL KARIM**

Tandatangan  
(Signature)

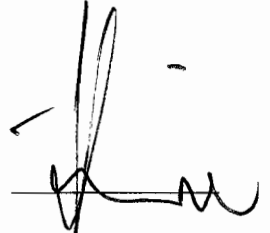
Tarikh: **9 JUN 2010**  
(Date)

Nama Pelajar  
(Name of Student) : MOCH NAJIB IMANULLAH

Tajuk Tesis  
(Title of the Thesis) : "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERJANJIAN FRANCAIS  
DI INDONESIA"

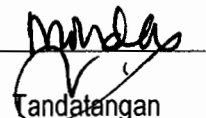
Program Pengajian  
(Programme of Study) : Ph.D

Nama Penyelia/Penyelia-penyelia : PENYELIA PERTAMA - PROF. DR.  
MOHAMAD HANAPI B. MOHAMAD



Tandatangan  
(Signature)

: PENYELIA KEDUA - PROF. MADYA DR.  
MOHAMMAD BASIR SAUD



Tandatangan  
(Signature)

## **KEBENARAN PENGGUNAAN**

Tesis ini merupakan keperluan pengijazahan pasca siswazah Kolej Undang-Undang, Kerajaan dan Pengajian Anatarabangsa, Universiti Utara Malaysia.

Saya dengan ini bersetuju memberi kebenaran kepada perpustakaan Universiti Utara Malaysia bagi mempamerkan tesis ini bagi tujuan rujukan. Saya juga bersetuju memberi kebenaran kepada Penyelia saya atau Dekan Pengajian Siswazah dan Penyelidikan (manakala tanpa kehadiran mereka) membuat salinan sebahagian atau sepenuhnya tesis ini dalam apa jua cara bagi tujuan keserjanaan.

Adalah difahamkan bahawa sebarang penyalinan atau penerbitan tesis ini bagi memperoleh faedah kewangan mesti terlebih dahulu memperoleh kebenaran tertulis daripada Kolej dan Universiti. Penghargaan yang sewajarnya juga haruslah diberikan kepada Universiti Utara Malaysia untuk sebarang penggunaan bahan yang terdapat dalam tesis ini bagi tujuan ilmiah.

Permohonan untuk membuat salinan atau penggunaan bahan dalam tesis ini, sama ada sepenuhnya atau sebahagian, perlulah dialamatkan kepada:

Dekan

Penyelidikan dan Pengajian Siswazah

Kolej Undang-Undang, Kerajaan dan Pengajian Anatarabangsa

Universiti Utara Malaysia 06010 UUM Sintok

KEDAH DARUL AMAN

## **PERAKUAN KERJA TESIS**

Adalah dengan ini saya menyatakan dan mengakui bahawa segala penulisan dalam tesis ini yang bertajuk: Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perjanjian Francais Di Indonesia, adalah sebenar-benar hasil daripada penyelidikan yang diamalkan sendiri dan bertanggungjawab terhadapnya kecuali nukilan, petikan dan ringkasan yang tiap satunya telah dinyatakan sumber rujukan secara jelas dan benar sesuai dengan metod penyelidikan yang lazim diamalkan, untuk menghindari perbuatan-perbuatan berkategori sebagai plagiat.

Sekian,

Moch Najib Imanullah

September, 2010.

## ABSTRAK

Tujuan penyelidikan ini ialah untuk mengkaji, menilai dan menentukan faktor-faktor ekonomi mahupun faktor-faktor bukan ekonomi yang merupakan faktor yang memberi sumbangan signifikan kepada perjanjian francais di Indonesia. Untuk mencapai tujuan berkenaan, maka diamalkan penyelidikan kuantitatif dengan menggunakan data primer hasil borang soal selidik dan data sekunder mengenai pertumbuhan francais di Indonesia. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis dengan menggunakan Regresi Multivariat. Adapun ujian hipotesis menggunakan Anova. Hasil analisis menunjukkan bahawa faktor-faktor ekonomi, iaitu merangkumi: keluaran, pengedaran, modal, dan promosi memberi sokongan yang sangat signifikan kepada perjanjian francais dan pertumbuhan francais di Indonesia, dengan faktor keluaran sebagai faktor yang paling menentukan. Faktor-faktor bukan ekonomi, iaitu merangkumi: perundangan, polisi, sosial, politik dan budaya, juga memberi sumbangan yang signifikan kepada perjanjian francais di Indonesia. Selain itu, hasil penemuan menunjukkan bahawa francais di Indonesia juga memberi sumbangan yang signifikan kepada pembangunan ekonomi Indonesia, iaitu dalam hal meningkatkan kesempatan mengamalkan perniagaan, penghasilan peniaga, kesempatan kerja dan meningkatkan penghasilan negara daripada luar negeri. Adapun teori yang boleh dihasilkan daripada penyelidikan ini ialah francais sebagai alat yang berkesan untuk memasarkan Hak Harta Intelek.

Kata kunci: francais, faktor ekonomi, faktor bukan ekonomi, perjanjian francais.

## **ABSTRACT**

*The objectives of the research are to evaluate, to assess and to determine the contributions of economic and non-economic factors to agreement in Indonesia. To achieve these objectives, researcher has used primary data from respondent collected by questioner and secondary data franchises regarding in Indonesia. This research using Multivariate Regression as data analysis and Anova as hypotheses tester. The results showed that economic factors, such as product, place/distribution, price and promotion had given the most significant contributions to the growth of franchises in Indonesia. Non economic factors such as law, government policy, social, politic and cultural factors had also given significant contributions to their growth in Indonesia. Besides that, the success of contract franchise implementation have made significant contributions to Indonesian economic development, especially in entrepreneur changes and increasing of income. The new theory from this research is franchise as instrument of Intellectual Property Rights commercialization.*

*Key words: franchise, economic factors, non-economic factors, franchise agreement.*

## **PENGHARGAAN**

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberi rahmat dan karunia sehingga tesis dengan tajuk “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perjanjian Francais Di Indonesia” ini boleh khatam.

Tesis untuk memenuhi syarat pengijazahan Doktor Falsafah Kolej Undang-Undang, Kerajaan dan Pengajian Antarabangsa ini menyelidiki dan mengkaji faktor-faktor ekonomi, iaitu: produk, pengedaran, pelaburan , dan promosi, serta faktor-faktor bukan ekonomi, iaitu: perundangan, polisi, politik, sosial dan budaya dalam memberi sokongan kepada perjanjian francais di Indonesia. Selain itu, juga mengkaji sumbangan bagi pembangunan ekonomi Indonesia.

Khatamnya tesis ini, saya ingin menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada yang terhormat:

1. Rektor UNS dan Dekan Fakultas Hukum yang memberi keizinan dan menyokong kos mengamalkan pengajian di UUM.
2. Naib Canselor Universiti Utara Malaysia dan Dekan Kolej Undang-Undang, Kerajaan dan Pengajian Antarabangsa Universiti Utara Malaysia yang menerima saya sebagai siswazah program doktor falsafah, dan memberi pelbagai kemudahan yang sangat baik.
3. Prof. Dr. Mohamad Hanapi Mohamad, yang berkenan menjadi Penyelia Utama yang dengan sangat bijaksana memberi penyeliaan cara mengamalkan dan mengkaji soalan tesis, dan menyusun tesis ini dengan baik.



4. Assoc. Prof. Dr. Mohammad Basir Saud, yang berkenan menjadi Penyelia II, dan telah menyelia dengan sangat baik dalam mengamalkan penyelidikan, kajian, dan menyusun tesis.
5. Prof. Dr. Tulus Haryono, *M.Ec*, yang berkenan menjadi Penyelia III, dan telah berkenan memberi penyeliaan.
6. Assoc Prof. Dr. Ahmad Marthada Mohamed, sebagai *chairman of the viva* yang mengamalkan viva dengan sangat baik.
7. Dr. Md. Razib Arshad, yang telah berkenan menjadi Penguji Luar, yang banyak memberi syor untuk memperbaiki tesis ini.
8. Dr. Noor Al-Huda Abdul Karim, yang telah berkenan menjadi Penguji Dalaman, dan dengan sabar lagi bijaksana memberi penyeliaan, juga syor untuk memperbaiki tesis ini.
9. Dr. Ahmad Bashawir dan semua Pensyarah di Kolej Undang-Undang, Kerajaan dan Pengajian Antarabangsa Universiti Utara Malaysia yang telah membahagi ilmu pada masa kolokium, *proposal defence*, dan *pre viva*.
10. Semua staf Kolej Undang-Undang, Kerajaan dan Pengajian Anatarabangsa Universiti Utara Malaysia yang telah memberi sokongan kepada saya mengamalkan pengajian.
11. Ketua Bahagian Hukum Perdata dan semua rakan-rakan pensyarah di Bahagian Hukum Perdata UNS untuk semua sokongannya.

12. Emmy Latifah, S.H., M.H., yang telah menjadi rakan diskusi dan semua bantuan teknikal dalam menyusun tesis ini. Arka Sukma Aji, untuk semangatnya. Akbar Muhammad, Widya Palupi dan Kayla Sidqi Attaya, untuk doanya. Ibu dan Bapak Achsan Muhammad untuk doa restunya.
13. Semua rakan seperjuangan di UUM, Puguh Karyanto, Marsusi, Ahmad Adib, Prof Totok Sarsito, Tri Aprilianto, juga Alm. Sumardi Cokro Martoyo dan Alm. Ropingi, untuk sokongan moril dan bantuan materialnya.
14. Semua responden, pemberi maklumat, kakitangan kerajaan, pakar, dan semua pihak yang telah menyokong penyelidikan.

Bagai pepatah, tidak ada gading yang tidak retak, tesis ini belum sempurna. Oleh itu, syor dan kritik membina sangat dijemput, agar tesis ini boleh lebih bermanfaat.

Sintok, September 2010,

Salam sejahtera, Moch Najib Imanullah (90804)

## SENARAI KANDUNGAN

	Hal
Halaman Sampul	i
Halaman Tajuk	ii
Halaman Pengesahan Kerja Tesis	iii
Kebenaran Penggunaan	iv
Perakuan Kerja Tesis	vi
Abstrak	vii
<i>Abstract</i>	viii
Penghargaan	ix
Senarai Kandungan	xii
Senarai Jadual	xvii
Senarai Rajah	xix
Senarai Singkatan	xx
BAB 1      PENDAHULUAN	1
1.0    Pengenalan	1
1.1    Latar Belakang Masalah	2
1.2    Pernyataan Masalah	8
1.3    Tujuan Penyelidikan	9
1.4    Signifikan Kajian	10
1.5    Skop Kajian	11
1.6    Had Kajian	12
1.7    Definisi Operasional	13
1.8    Ringkasan	14

BAB 2	KAJIAN PUSTAKA	15
	2.0 Pengenalan	15
	2.1 Pengertian Francais	17
	2.2 Sejarah Francais	23
	2.3 Jenis-jenis Francais	26
	2.4 Keuntungan dan Kerugian Francais	29
	2.5 Subjek Francais	36
	2.6 Objek Francais	37
	2.7 Prospektus Penawaran Francais	39
	2.8 Perjanjian Francais	39
	2.9 Piawaian Operasi Prosedur Francais	43
	2.10 Aspek Kewangan Francais	46
	2.11 Aspek Perundangan Francais	49
	2.12 Peranan Pemerintah	56
	2.13 Model Francais Indonesia	58
	2.14 Ringkasan	59
BAB 3	KAJIAN TEORI	62
	3.0 Pengenalan	62
	3.1 Teori Perekonomian Negara	64
	3.1.1 Merkantilisme	64
	3.1.2 Fisiokrasi	65
	3.1.3 Aliran Klasik	67
	3.1.4 Aliran <i>Neo</i> Klasik	71
	3.1.5 <i>Post Keynesian</i>	72

3.2	Teori Perniagaan Antarabangsa	74
3.2.1	Eksport	76
3.2.2	Francais/Perlesenan	79
3.2.3	Usahasama	83
3.2.4	Operasi Milik Penuh	86
3.3	Teori Francais sebagai Kaedah Memasuki Pasaran Negara Asing	98
3.4	Teori Agensi	106
3.5	Teori Kontrak	107
3.6	Teori Transaksi	109
3.7	Model Kerangka Teori Francais	110
3.8	Ringkasan	111
BAB 4	METOD PENYELIDIKAN	113
4.0	Pengenalan	113
4.1	Reka Bentuk Penyelidikan	113
4.2	Pertanyaan Penyelidikan dan Hipotesis	115
4.3	Data	117
4.4	Sumber Data	118
4.5	Instrumen Pengumpulan Data dan Prosedur Pengumpulan Data	118
4.6	Kesahihan Data	122
4.7	Populasi Penyelidikan	122
4.8	Persampelan	123
4.9	Analisis Data	123

	4.10 Ringkasan	126
BAB 5	HASIL PENEMUAN	127
	5.0 Pengenalan	127
	5.1 Deskripsi Francais di Indonesia	128
	5.2 Pertumbuhan Francais di Indonesia	148
	5.3 Sumbangan Francais Kepada Pembangunan Ekonomi Indonesia	150
	5.4 Ringkasan	151
BAB 6	PEMBAHASAN	152
	6.0 Pengenalan	152
	6.1 Pengaruh Faktor Keluaran kepada Perjanjian Francais di Indonesia	153
	6.1.1 Ciri Khas Keluaran	154
	6.1.2 Memiliki Piawaian yang Terukur	157
	6.1.3 Dukungan Layanan Lepas Jual	159
	6.1.4 Hak Harta Intelek (HHI) yang Berdaftar	160
	6.1.5 Sistem Mudah Diamalkan	177
	6.1.6 Terbukti Memberi Keuntungan	180
	6.2 Pengaruh Faktor Modal kepada Perjanjian Francais di Indonesia	184
	6.2.1 Yuran Francais	185
	6.2.2 Royalti	187
	6.2.3 Kos Iklan/Promosi	189
	6.3 Pengaruh Faktor Penedaran kepada Perjanjian Francais di Indonesia	192

6.4	Pengaruh Faktor Promosi kepada Perjanjian Francais di Indonesia	200
6.5	Pengaruh Faktor-faktor Bukan Ekonomi kepada Perjanjian Francais di Indonesia	204
6.5.1	Faktor Perundangan	204
6.5.2	Faktor Polisi Pemerintah	227
6.5.3	Pengaruh Faktor Politik	231
6.5.4	Pengaruh Faktor Sosial	232
6.5.5	Pengaruh Faktor Budaya	233
6.6	Sokongan Francais kepada Pembangunan Ekonomi Indonesia	234
6.7	Ringkasan	236
Bab 7	Kesimpulan dan Syor	238
7.1	Kesimpulan	238
7.2	Syor	246
	Senarai Pustaka Rujukan	250
	Lampiran	258

## **SENARAI JADUAL**

- Jadual 2.1 : Senarai Kajian Lepas Francais
- Jadual 3.1 : Senarai Teori yang Berkaitan dengan Francais
- Jadual 5.1 : Jumlah Francais Asing di Indonesia
- Jadual 5.2 : Jumlah Francais Tempatan di Indonesia
- Jadual 5.3 : Sektor Perniagaan Francais Asing di Indonesia
- Jadual 5.4 : Sektor Perniagaan Francais Tempatan di Indonesia
- Jadual 5.5 : Punca Francais Tempatan di Indonesia
- Jadual 5.6 : Sokongan Francais kepada Tenaga Kerja di Indonesia
- Jadual 5.7 : Jualan Francais di Indonesia
- Jadual 5.8 : Sumber Modal Francais di Indonesia
- Jadual 5.0 : Kredit Francais di Indonesia
- Jadual 5.10 : Usia Peniaga Francais
- Jadual 5.11 : Peringkat Pendidikan Peniaga Francais di Indonesia
- Jadual 5.12 : Perundangan Francais di Indonesia
- Jadual 5.13 : Kementerian Pelaksana Francais di Indonesia
- Jadual 5.14 : Asosiasi Francais di Indonesia



- Jadual 5.15 : Peringkat 10 Francais Terbaik Dunia
- Jadual 5.16 : Peringkat 10 Francais Terbaik di Indonesia
- Jadual 5.17 : Sektor Francais Makanan dan Minuman.
- Jadual 5.18 : Faktor Penyokong Pertumbuhan Francais Makanan dan Minuman  
Indonesia
- Jadual 5.19 : Francais Makanan Segera, Restoran, dan Gerai di Indonesia  
(antarabangsa)
- Jadual 5.20 : Francais Gerai Makanan dan Minuman (antarabangsa)
- Jadual 5.21 : Francais Makanan Segera, Restoran, dan Gerai Indonesia.
- Jadual 5.22 : Gerai Makanan dan Minuman Indonesia
- Jadual 5.23 : Profil Francais di Indonesia
- Jadual 6.1 : Perbezaan Paten Biasa dengan Paten Sederhana
- Jadual 6.2 : Yuran Francais Makanan dan Minuman.
- Jadual 6.3 : Royalti Francais Makanan dan Minuman Antarabangsa.
- Jadual 6.4 : Kos Iklan Francais Makanan dan Minuman Antarabangsa
- Jadual 6.5 : Belanja Iklan Francais Makanan dan Minuman Tahun 2007

## SENARAI RAJAH

- Rajah 2.1 : Model Francais Indonesia
- Rajah 3.1 : Eksport Langsung
- Rajah 3.2 : Eksport Tidak Langsung
- Rajah 3.3 : Pemindahan Intra Korporat
- Rajah 3.4 : Model Kerangka Teori Francais
- Rajah 4.1 : Reka Bentuk Penyelidikan
- Rajah 6.1 : Saluran Penedaran Pemberi Francais
- Rajah 6.2 : Saluran Penedaran Pembekal.
- Rajah 6.3 : Saluran Penedaran Pemberi dan Penerima Francais
- Rajah 6.4 : Saluran Penedaran Pembekal yang Ditunjuk Penerima Francais.

## SENARAI SINGKATAN

AFI	: Asosiasi <i>Franchise</i> Indonesia
APEC	: <i>Asia Pasific Economic Cooperation</i>
APWINDO	: Asosiasi Pengusaha Waralaba Indonesia
ASEAN	: <i>Association of South East Asian Nation</i>
BPHN	: Badan Pembinaan Hukum Nasional
BPS	: Badan Pusat Statistik
BUMN	: Badan Usaha Milik Negara
<i>B/C</i>	: <i>Benefit/cost</i>
COMECOM	: <i>Council for Mutual Economic Assurance</i>
CSR	: <i>Corporate Social Responsibility</i>
Exim bank	: <i>Import Export Bank</i>
FTC	: <i>The Federal Trade Commission</i>
GATT	: <i>General Agreement on Tariffs and Trade</i>
HAM	: Hak Azasi Manusia
HHI	: Hak Harta Intelek.
ILO	: <i>Interntional Labour Organization</i>
IPO	: <i>Initial Public Offering of Stock</i>
IRR	: <i>Internal Rate of Return</i>
ISO	: <i>International Standardization Organization</i>
KFC	: <i>Kentucky Fried Chicken</i>
LPPM	: Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Manajemen
MEE	: Masyarakat Ekonomi Eropah.
MNC	: <i>Multi National Company</i>

NAFTA	: <i>North American Free Trade Agreement</i>
NPV	: <i>Net Present Value</i>
PAD	: Pendapatan Asli Daerah
PBB	: Perserikatan Bangsa-Bangsa
PDB	: Produk Domestik Bruto
PHK	: Pemutusan Hubungan Kerja
RoI	: <i>Return of Investment</i>
SOP	: <i>Standard Operational Procedure</i>
SPBU	: Stasiun Pompa Bensin Umum
STPF	: Surat Tanda Pendaftaran Francais
UFOC	: <i>The Uniform Franchise Offering Circular</i>
UKM	: Usaha Kecil dan Menengah
UNCTAD	: <i>United Nations Conference on Trade and Development</i>
WALI	: Waralaba dan Lisensi Indonesia
4P	: <i>Product, Price, Place/distribution, and Promotion</i>

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.0 Pengenalan**

Francais secara am - nya merupakan kaedah untuk menjual barangan dan perkhidmatan. Kaedah ini diamalkan bersama-sama dengan kaedah lain yang telah dikenali iaitu eksport import, usahasama, perlesenan, dan perkilangan milik penuh. Kaedah ini dipilih kerana memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh kaedah yang lain. Francais mengalami pertumbuhan yang sangat pesat daripada Amerika Syarikat, kemudian merentasi sempadan negara lain termasuk Indonesia. Di Indonesia, francais telah diamalkan dengan cukup baik dan menjadi kaedah yang sangat penting kerana menjadi antara bentuk perkongsian pemberi francais dengan peniaga kecil-menengah. Hal ini kerana, pemerintah Indonesia sangat perlu untuk membina francais agar berjaya. Pembinaan berkenaan diamalkan dalam bentuk kajian-kajian kepada francais. Ramai pakar telah mengkaji francais (Tarbutton, Vaughn, Donovan, Hackett, Johansohn, Boddewyn, Dewenter, Erramilli, Buckly dan Ghauri, Contractor, Kundu, Dymza), namun kajian lepas berkenaan hanya mengkaji antara aspek sahaja daripada francais. Belum wujud kajian yang cekap mengenai francais. Bagi mengisi kekosongan kajian berkenaan, maka diamalkan kajian ini, yang mengkaji aspek ekonomi (merangkumi keluaran, pengedaran, modal, dan promosi) dan aspek bukan ekonomi (dalam hal ini perundangan, polisi, politik, sosial, dan budaya) sebagai faktor yang menyokong pengamalan perjanjian francais di Indonesia, serta mengkaji sokongan francais

The contents of  
the thesis is for  
internal user  
only

## SENARAI PUSTAKA RUJUKAN

Adrian Sutedi. (2008). *Hukum Waralaba*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Abou-Zeid, El-Sayed. (2004). A Culturally Aware Model of Inter-organizational Knowledge Transfer. *Knowledge Management Research and Practice* 3, 146-155 (19<sup>th</sup> May 2005).

Alon, Ilan. (1998). *The Determinants of International Franchising*. Durham: Whittemore School of Business, University of New Hampshire.

Amir Karamoy. (1996). *Sukses Usaha Lewat Waralaba*. Jakarta: Jurnalindo Aksara Grafika.

Anderson, Erin and Hubert Gatignon. (1986). Modes of Foreign Entry: A Transactional Cost Analysis and Propositions. *Journal of International Business Studies* 17, 1-26 (01 September 1986).

Asosiasi Franchise Indonesia. (2007). *Direktori Franchise Indonesia*. Jakarta: AFI.

Badan Pembinaan Hukum Nasional. (1995). *Laporan Akhir Naskah Akademis Peraturan Perundang-undangan Tentang Waralaba*. Jakarta: BPHN.

Bambang N. Rachmadi. (2005). *Model Pengembangan Kinerja Franchise di Indonesia: Peranan Governance Structure, Orientasi Kewirausahaan (Entrepreneurial Orientation) dan Sumber Daya Berbasis Pengetahuan (Knowledge-Based Resources)*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

----- (2007). *Franchising: The Most Practical and Excellent Way of Succeeding*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Bercovitz, Janet Elsie Lee. (1999). *Having it their way? The Franchising Decision and the Structure of Franchise Contracts*. Durham: Whittemore School of Business, University of New Hampshire.

Bernardo, Ramon Diaz. (2000). *Resources and Capabilities in the Franchising System*. Durham: Whittemore School of Business, University of New Hampshire.

Boddeyn, et.al. (1986). Service Multinationals: Conceptualization, Measurement and Theory. *Journal of International Business Studies* 17, 41-57 (01 September 1986).

Bryman, A. (2001). *Quantity and Quality in Social Research*. London and New York: Routledge.

Buckley, Peter and Mark C. Casson. (1998). Analyzing Foreign Market Entry Strategies: Extending the International Approach. *Journal of International Business Studies* 29, 539-561 (01 September 1998).

Buckley, Peter J. (1998). Model of the Multinational Enterprise. *Journal of International Business Studies* 29, 21-44 (01 March 1998).

Burang Riyadi. (2007). Memahami yang Diperjanjikan dalam *Franchising*. *SINDO*, 23 Januari 2007, h. 34

Burang Riyadi. (2007). *Panduan Usaha Dalam Sistem Franchise*. *SINDO*, 30 Januari 2007, H.34.

Centre for Graduate Studies UUM. (2007). *Guidelines for Ph.D Theses Preparation*.

Chao, Paul. (1989). Export and Reserve Investment: Strategic Implication for Newly Industrialized Countries. *Journal of International Business Studies* 20, 75-91 (01 March 1989)

Chao, Paul. (1993). Partitioning Country of Origin Effects: Consumer Evaluation of a Hybrid Product. *Journal of International Business Studies* 24, 291-306 (01 June 1993).

Colin Barrow. (1992). *Taking Up a Franchise*. London: Kogan Page Limited.



Contractor, Farok J. and Sumit K. Kundu. (1998). Modal Choice in a world of Alliances: Analyzing Organizational Forms in the International Hotel Sector. *Journal of International Business Studies* 29, 325-356 (01 June 1998).

Cox, Juliet Anna. (2002). *Geographical Dimensions of Business Format Franchising*. Durham: Whittemore School of Business, University of New Hampshire.

Crabtree, Benjamin F. (1995). *Doing Qualitative Research*. London: Sage Publication.

CST. Kansil dan Christine Kansil. (2003). *Kitab Undang-Undang Hukum Perusahaan*. Jakarta: Pradnya Paramita.

Damsgaard, Jan. (1999). Global Logistic System Asia Co., Ltd. *Journal of Information Technology* 14, 303-314 (1999).

Departemen Perindustrian dan Perdagangan (1998). *Pengembangan Kemitraan Waralaba Lokal*. Jakarta.

Departemen Perdagangan RI. (2008). *Panduan Usaha dengan Sistem Waralaba dan Sistem Penjualan Langsung*. Jakarta: Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri.

Dewenter, Kathryn L. (1995). Area Intra Industry Investment Patterns Consistent with Cost Disadvantages to Cross-Border Investing? Evidence from the U.S. Chemical Industry. *Journal of International Business Studies* 26, 843-857 (01 December 1995).

Dickey, Michael Hebert. (2001). *Electronic Communication Channels in Franchise Organizations*. Durham: Whittemore School of Business, University of New Hampshire.

Direktorat Jenderal HKI. (2007). *Buku Panduan Hak Kekayaan Intelektual*. Jakarta: Dirjen HKI.

Donavan, D. Todd. Et.al. (2006). Environmental Influences in Corporate Brand Identification and Outcomes. *Brand Management Vol. 14, No. 1/2, 125-136 (September-November 2006)*.

Doyle, Peter. et.al. (1992). Competition in Global Market: A Case Study of American and Japanese Competition in the British Market. *Journal of International Business Studies 23, 419-442 (01 September 1992)*.

Dymsza, William A. (1984). Global Strategic Planning: A Model and Recent Developments. *Journal of International Business Studies 15, 169-183 (01 June 1984)*.

ELIPS dan Fakultas Hukum UI. (1998). *Jual Beli Barang secara Internasional*. Jakarta: Proyek ELIPS.

Erofeev, Dimitry A. (2002). *Personal, Organizational, and Environmental Factors as Predictors of Entrepreneurial Success Within Company in the Personal Service Industry*. Durham: Whittemore School of Business, University of New Hampshire.

Erramilli, M Khrisna, et.al. (2002). Choice between Non-Equity Entry Modes: An Organizational Business Perspective. *Journal of International Business Studies 33, 223-242 (01 June 2002)*.

Felix O. Subagio (1993). *Perlindungan Bisnis Franchise*. Jakarta: Institut Pendidikan dan Pembinaan dan Manajemen.

Feng, Y. and S Viswanathan. (2006). Impact of Demand Uncertainty on Coordinating Supply Chain Inventories Through Common Replenishment Epochs. *Journal of the Operational Research Society*. 1-8 (2006).

Fisher, Allson. (2001). Winning the Battle for Customers. *Journal of Financial Services Marketing, Vol. 6, 1, 77-83 (17<sup>th</sup> May 2001)*.

Franco, L.A. (2006). Assessing the Impact of Problem Structuring Methods in Multi-organizational Settings-an Empirical Investigation. *Journal of the Operational Research Society*. 1-9 (2006).

Garg, Vanay Kumar. (2000). *The Relative Importance of Different Agency Problems in Organizing Economic activity: An Investigation of Multiple Forms Within Franchising System*. Durham: Whittemore School of Business, University of New Hampshire.

Garrow, Laurie, et.al. (2006). Expert Opinion: Current Pricing and Revenue Management Practice Across US Industries. *Journal of Revenue and Pricing Management*. Vol. 5, 3, 237-247 (13<sup>th</sup> June, 2006).

Grunhagen, Marko H. (1999). *Single-unit versus Multi-unit Franchising in the United States Fast-food Industry*. Durham: Whittemore School of Business, University of New Hampshire.

Gunawan Widjaja. (2001). *Waralaba (Seri Hukum Bisnis)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

\_\_\_\_\_. (2001). *Lisensi atau Waralaba (Suatu Panduan Praktis)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Hackett, Donald W. (1976). The International Expansion of U.S. Franchise Systems: Status and Strategies. *Journal of International Business Studies* 7, 65-76 (01 March 1976).

Hadi Setia Tunggal (2006). *Pewaralabaan*. Jakarta: Harvarindo.

Hansotia, Behram. (2004). Company Activities for Managing Customer Equity. *Database Marketing and Customer Strategy Management*. Vol. 11, 4, 314-332 (21 April 2004).

Hasan Suryono. (2005). *Statistik: Pedoman, Teori dan Aplikasi*. Surakarta: LPP UNS dan UNS Press.

Howard, Mickey. et.al. (2003). Overcoming Stakeholder Barriers in the Automotive Industry: Building to Order with Extra-organizational. *Journal of Information technology* 18, 27-43 (2003).

<http://elqorni.wordpress.com>, 22 June 2010.

<http://mitpress.mit.edu>, 22 June 2010.

<http://www.businessball.com>, 22 June 2010.

<http://www.istheory.yorku.ca>, 22 June 2010.

<http://en.wikipedia.org>, 22 June 2010.

Huala Adolf dan A. Chandrawulan. (1994). *Masalah-masalah Hukum dalam Perdagangan Internasional*. Jakarta: Rajawali Press.

Huala Adolf. (2005). *Hukum Perdagangan Internasional*. Jakarta : Rajawali Press.

Iman Sjahputra Tunggal (2004). *Franchising: Konsep dan Kasus*. Jakarta: Harvarindo.

Ita Gambiro. (1995). *Usaha Waralaba*. Jakarta: BPHN.

Johansson, Johny k. (1994). Negative Country of Origin Effects: The Case of The New Russia. *Journal of International Business Studies* 25, 157-176 (01 March 1994)

Juajir Sumardi. (1995). *Aspek-aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

Jusuf Anwar. (2005). *Peran Pemerintah dalam Pengembangan UMKM: Suatu upaya memperluas kesempatan kerja dan mengatasi kemiskinan*. Bandung: UNPAD

Kong, Albert. (2007). Dari Sini Merek-merek Bisa Terbang ke Wilayah Lain. *Info Franchise* 12/I, 26-28 (10 Desember 2006-09 Januari 2007).

Lee, Dong Ho. (2000). *Factors Affecting International Franchising from a Franchisees' Perspective (Korea)*. Durham: Whittemore School of Business, University of New Hampshire.

Lee, Soo Bun. (1999). *An Investigation of Factors Affecting the Quality of the Relationship between Franchisee and Franchisor and Its Impact of Franchisee's Performance Satisfaction and Commitment: A Study of the Restaurant Franchise System*. Durham: Whittemore School of Business, University of New Hampshire.

Lee, Zonky and Jinyoul Lee. (2000). An ERP Implementation Case Study from a Knowledge Transfer Perspective. *Journal of Information Technology* 15, 281-288 (2000).

Loebbecke, Claudia. et.al. (1999). Buy the Book: Electronic Commerce in the Book Trade. *Journal of Information Technology* 14, 295-301 (1999).

Luo, Yadong. (2005). Transactional Characteristics, Institutional Environment and Joint Venture Contracts. *Journal of International Business Studies* 36, 209-230 (01 March 2005).

M.Fuad. (2000). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Macdermott, Rob. (2000). Owing the Customer Franchise: the Key to Success. *Journal of Database Marketing*, Vol. 8, 1, 60-66 (10<sup>th</sup> May 2000).

Majalah Franchise. (2006). Edisi II/1. *Info Franchise Indonesia*. Jakarta: Percetakan Indo Nasional.

Manager, William Frederick. (2002). *Corporate Colors and Trademarked Images in the Mexican Retail Landscape*. Durham: Whittemore School of Business, University of New Hampshire.

Mancuso, Joseph dan Donald Boroian. (2006). *How To Buy and Manage A Franchise*. Jogjakarta: Dolphin Books.

Mandelsohn, Martin. (1997). *Franchising*. Jakarta: LPPM.

Mariam Darus Badruzaman. (1994). *Aneka Hukum Bisnis*. Bandung: Alumni.

Marshall, Catherine B. Rossman. (1989). *Designing Qualitative Research*. London: Sage Publications.

Masri Singarimbun. (1995). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.

Mas'ud Machfoedz dan Mahmud Machfoedz. (2006). *Kewirausahaan: Metode, Manajemen dan Implementasi*. Yogyakarta: BPFE UGM.

McKeown, Julie. (2006). Business Breakfast Groups-Worth Getting Out of Bed for?. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, Vol 8 No. 2, 101-108 (10<sup>th</sup> May 2006)

Mohamad Hanapi Mohamad. (2006). *Firma Multi Nasional*. Sintok: UUM Press.

----- (2006). *Operasi Industri kecil dan Sederhana*. Sintok: UUM Press.

----- (2006). *Introduction to International Business*. Sintok: UUM Press.

Mohammad Basir Saud, dan rakan-rakan (2007). *Pengajian Perniagaan*. Petaling Jaya: Pearson Malaysia Sdn. Bhd.

Moore, Terrence W. (2003). *Applying Cognitive Processes to Franchisees: The Use of Entrepreneurial Measures to Study Response to Constraints*. Durham: Whittemore School of Business, University of New Hampshire.

Moch. Basarah dan HM. Faiz Mufidin. (2008). *Bisnis Franchise dan Aspek-aspek Hukumnya*. Bandung: Citra Aditya Bhakti.

M. Puvenesvary. (2008). *Qualitative Research: Data Collection and Data Analysis Techniques*. Sintok: UUM Press.

Munir Fuady. (2001). *Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

Munir Fuady. (1997). *Pembiayaan Perusahaan Masa Kini*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Ness, Leonard, et.al. (2006). Marketing Strategy, Coming to America: Guidelines and Suggestion for an European Medical Devies Company Wishing to Enter the US Market. *Journal of Medical Marketing*, Vol 6, 3, 172-187 (25<sup>th</sup> February 2006).

Ou, Wei-Ming. (2004). *The Influence of Retailer Reputation on Consumer Store Choice Behavior*. Durham: Whitemore School of Business, University of New Hampshire.

Pitt, Leyland. (2003). Managing the Franchised Brand: The Franchises' Perspective. *Brand Management Vol. 10, No. 6, 411-420 (August 2003)*.

Punch, K. F. (2000). *Developing Effective Research Proposal*. London: Sage Publications.

Ramirez, Rafael. (2005). The Aesthetics of Cooperation. *European Management Review*, 2, 28-35 (27<sup>th</sup> May 2006).

Redaksi Majalah Franchise Indonesia. (2009). *Franchise your Business*. Jakarta: Info Franchising Publishing.

Richard Burton Simatupang. (2003). *Aspek Hukum Dalam Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.

Shi, C and B Chen. (2006). Pareto-Optimal Contracts for a Supplay Chain with Satisficing Objectives. *Journal of the Operational Research Society*. 1-9 (2006).

Silverman, D. 1998. *Doing Qualitative Research*. London: Sage Publications.

Singgih Santoso dan Fandy Tjiptono. (2001). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Sleight, Peter. (2001). Best Practice Tesco. Com. *Interactive Marketing, Vol. 2 No. 4, 373-383 (April/June 2001)*.

Sul, Hoon-Ku. (2002). *An Exploratory Model of Relationships among the External Environment, Entrepreneurial Strategy, Mechanistic-organic Structure, and Financial Performance of Restaurant Franchisors from the Perspective of Franchisees*. Durham: Whittemore School of Business, University of New Hampshire.

Sun, Su. (2003). *Three Essays on Vertical Pricing, Firm Dynamics and Industry Evolution*. Durham: Whittemore School of Business, University of New Hampshire.

Sunaryati Hartono dan Sri Rejeki Hartono. (1995). *Asas-asas dalam Perjanjian Franchise*. Jakarta: BPHN.

Tarbutton, Lloyd. (1986). *The How to Book*. New York: Englewood Cliff.

Tharp, William A. (2004). *Employment Effects of Major League Sports Franchise Relocation*. Durham: Whittemore School of Business, University of New Hampshire.

Tri Raharjo dan Rofian Akbar. (2008). *The Power of Franchise*. Jakarta: Info Franchise Publishing.

T. Widodo. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Solo: UNS Press.

Tumpal Rumapea. (2000). *Kamus Lengkap Perdagangan Internasional*. Jakarta: Gramedia Pustaka utama.



Wang, Yusong. (2002). *Three Essays on Retailing*. Durham: Whittemore School of Business, University of New Hampshire.

Wiwiek Dianawati, et.al. (2000). Analisis Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Makanan pada Waralaba Asing. *Jurnal Penelitian Din.Sos Vol.1 No.2 Agustus 2000:74-81*.

Vaughn, Charles (1974). *Franchising*. Lexington: Heat Lexington.

World Intellectual Property Organization. (2004). *Successful Technology Licensing*. Geneva.

Yeap, Cristina. (2005). *Essays on the Industrial Organization of the Food Services Industry*. Durham: Whittemore School of Business, University of New Hampshire.

Yin, Xiaoli. (2000). *A Strategic Perspective on Franchising: Fit and Adaptability*. Durham: Whittemore School of Business, University of New Hampshire.

Zao, Hongxin, et.al. (2004). Transaction Cost Determinant and Ownership-based Entry Mode Choice: a Meta Analytical Review. *Journal of International Business Studies* 35, 524-544 (01 November 2004).