

## DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
LEMBAR PENGESAHAN .....	viii
ABSTRACT .....	ix
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	13
1.4 Argumentasi Penelitian .....	13
1.5 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	14
1.6 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II LANDASAN TEORI.....	18
2.1 Boikot Konsumen.....	18
2.1.1 Boikot Menurut Islam .....	18
2.1.2 Definisi Boikot .....	19
2.1.3 Gerakan Boikot Terhadap Produk Pro-Israel.....	21
2.1.4 Efektivitas Boikot Konsumen .....	22
2.2 Ritel Tradisional .....	23
2.2.1 Pengertian dan Karakteristik Ritel Tradisional .....	23
2.2.2 Hubungan Boikot dengan Ritel Tradisional .....	24
2.3 <i>Social Movement Theory</i> .....	25
2.3.1 Konsep Dasar Teori Gerakan Sosial.....	25
2.3.2 Elemen-Elemen Kunci dalam Teori Gerakan Sosial .....	26
2.4 <i>Rational Choice Theory</i> .....	28
2.5 Penelitian Terdahulu .....	30
2.5.1 Posisi Penelitian .....	39

2.5.2	Kerangka Penelitian .....	40
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>42</b>
3.1	Tempat Penelitian .....	43
3.2	Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.2.1	Wawancara .....	45
3.2.2	Dokumentasi.....	45
3.3	Subjek dan Objek Penelitian .....	46
3.4	Uji Validitas Data Skripsi .....	47
3.5	Sumber Data .....	48
3.6	Teknik Analisis Data.....	48
3.6.1	Reduksi Data .....	49
3.6.2	Penyajian Data.....	49
3.6.3	Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi .....	50
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>51</b>
4.1	Profil Penelitian .....	52
4.1.1	Deskripsi Warung Madura.....	52
4.1.2	Profil Informan .....	53
4.2	Interpretasi Hasil berdasarkan Teori Gerakan Sosial .....	54
4.2.1	Peluang Politik dalam Respons Pedagang Terhadap Gerakan Boikot.....	54
4.2.2	Struktur Mobilisasi pada Tingkat Ritel Tradisional .....	56
4.2.3	<i>Framing</i> Gerakan Boikot Dari Perspektif Pelaku Usaha .....	59
4.3	Pembahasan Menurut Teori Gerakan Sosial.....	62
4.3.1	Peluang Politik dalam Respons Pedagang Terhadap Gerakan Boikot.....	62
4.3.2	Struktur Mobilisasi pada Tingkat Ritel Tradisional .....	64
4.3.3	<i>Framing</i> Gerakan Boikot Dari Perspektif Pelaku Usaha .....	66
4.3.4	Temuan Respons Pedagang Dalam Konsep Gerakan Sosial.....	68
4.4	Pembahasan Dasar Keputusan Ekonomi Pedagang dalam Perspektif Rational Choice Theory .....	69
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b> .....	<b>73</b>
5.1	Kesimpulan.....	73
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	74
5.3	Saran.....	74

DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	80

