

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
INTISARI.....	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
1. Permasalahan	1
2. Rumusan Masalah	9
3. Keaslian Penelitian	9
4. Manfaat Penelitian.....	12
B. Tujuan Penelitian.....	13
C. Tinjauan Pustaka	13
D. Landasan Teori	16
E. Metode Penelitian.....	22
1. Jenis Penelitian	22
2. Bahan Penelitian.....	22
3. Jalan Penelitian.....	24
4. Analisis Hasil	25
F. Hasil Yang Dicapai	26
G. Sistematika Penulisan.....	26
BAB II ETIKA BISNIS.....	28
A. Etika	28
B. Etika Bisnis Dan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis.....	33
C. Urgensi Etika Bisnis Di Era Digital	44

BAB III KEGIATAN <i>ENDORSEMENT</i> DALAM MEDIA SOSIAL DI ERA DIGITAL.....	48
A. Pengertian Media Sosial Dan <i>Endorsement</i>	48
B. Kegiatan <i>Endorsement</i> Melalui Media Sosial Di Era Digital.....	53
C. Kegiatan <i>Endorsement</i> Melalui Media Sosial Reizuka Ari dan Dilan Janiyar	56
BAB IV ANALISIS PERSPEKTIF ETIKA BISNIS TERHADAP KEGIATAN <i>ENDORSEMENT</i> DALAM MEDIA DI ERA DIGITAL	63
A. Pandangan Etika Bisnis Terhadap Kegiatan <i>Endorsement</i> Reizuka Ari dan Dilan Janiyar	65
B. Penerapan Etika Bisnis Dalam Kegiatan <i>Endorsement</i> Melalui Media Sosial Terhadap Konsumen.....	75
BAB V PENUTUP	82
A. Kesimpulan.....	82
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	85