

DAFTAR ISI

JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI.....	viii
INTISARI	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
1. Permasalahan.....	1
2. Rumusan Masalah	6
3. Keaslian Penelitian.....	6
4. Manfaat Penelitian	8
B. Tujuan Penelitian	9
C. Tinjauan Pustaka	10
D. Landasan Teori.....	13
E. Metode Penelitian.....	15
1. Jenis atau Model Penelitian.....	15
2. Bahan atau Materi Penelitian	15
3. Jalan Penelitian.....	16
4. Analisis Data	17
F. Hasil yang Diperoleh.....	18
G. Sistematika Penulisan	19
BAB II RUANG LINGKUP ETIKA UTILITARIANISME JOHN STUART MILL	20
A. Utilitarianisme sebagai Pendekatan dalam Etika Bisnis	20
1. Pengertian Etika	20
2. Pengertian Bisnis.....	22

3. Ruang Lingkup Etika Bisnis	24
B. Utilitarianisme John Stuart Mill.....	30
1. Biografi John Stuart Mill	30
2. Prinsip-Prinsip Utilitarianisme Menurut John Stuart Mill.....	34
BAB III STRATEGI PEMASARAN TIKTOK SHOP DI INDONESIA	40
A. Ruang Lingkup Strategi Pemasaran Digital	40
1. Pengertian Strategi Pemasaran	40
2. Pemasaran Digital	42
3. Model-model Pemasaran Digital	44
B. Ruang Lingkup Strategi Pemasaran TikTok Shop di Indonesia	47
1. Profil Aplikasi TikTok	47
2. Fitur TikTok Shop di Indonesia	52
3. Strategi Pemasaran TikTok Shop Sebelum Masa Penutupan Fitur TikTok Shop	56
4. Strategi Pemasaran TikTok Shop Setelah Berkolaborasi dengan <i>E-Commerce</i> Tokopedia	59
BAB IV ANALISIS PERSPEKTIF UTILITARIANISME JOHN STUART MILL DALAM MENINJAU STRATEGI PEMASARAN FITUR TIKTOK SHOP DI INDONESIA.....	65
A. Prinsip-prinsip Utilitarianisme John Stuart Mill pada Strategi Pemasaran Fitur TikTok Shop X Tokopedia.....	65
B. Refleksi Kritis Strategi Pemasaran Fitur TikTok Shop di Indonesia Menurut Perspektif Utilitarianisme John Stuart Mill.....	72
BAB V PENUTUP.....	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	78