

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
DAFTAR SINGKATAN	xvi
INTISARI.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Pentingnya Penelitian.....	7
BAB II TELAAH KEILMUAN TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Tinjauan Pustaka	9
B. Landasan Teori	36
C. Kerangka Konsep Penelitian	38
D. Keterangan Empiris.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
A. Rancangan Penelitian	39
B. Subjek Penelitian.....	40
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian	40
D. Instrumen Penelitian.....	44
E. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	69

F. Jalannya Penelitian	72
G. Teknik Pengumpulan Data	76
H. Analisis Data	77
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	79
A. Gambaran Umum Iklan Produk Obat Bahan Alam di <i>E-Marketplace</i>	79
B. Gambaran Pelanggaran dan Kesesuaian Iklan Produk Obat Bahan Alam di <i>E-Marketplace</i>	85
C. Gambaran Variasi Iklan Produk pada Penjual dengan Kepatuhan Iklan terhadap Regulasi	156
D. Keterbatasan Penelitian	176
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	177
A. Kesimpulan	177
B. Saran	178
DAFTAR PUSTAKA	180
LAMPIRAN	185