

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	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	10
3. Keaslian Penelitian	10
4. Manfaat Penelitian	12
B. Tujuan Penelitian	13
C. Tinjauan Pustaka	13
D. Landasan Teori	17
E. Metode Penelitian	20
1. Jenis dan Model Penelitian	20
2. Bahan Penelitian	21
3. Jalan Penelitian	22
4. Analisis Hasil	23
F. Hasil yang Dicapai	24
G. Sistematika Penulisan	25

BAB II TEORI UTILITARIAN ETIKA BISNIS

JEREMY BENTHAM	26
A. Konsep Dasar Etika Bisnis	26
B. Pendekatan dalam Etika Bisnis	38
C. Konsep Pemikiran Utilitarian Jeremy Bentham	41

BAB III STRATEGI *AFFILIATE MARKETING* PADA

<i>E-COMMERCE LAZADA</i>	61
A. Ruang Lingkup Strategi Pemasaran <i>E-commerce</i> di Indonesia	61
B. Ruang Lingkup Strategi Pemasaran Lazada	65
C. Prospek dan Tantangan Strategi <i>Affiliate Marketing</i> pada <i>E-commerce</i> Lazada	82

BAB IV TELAAH STRATEGI *AFFILIATE MARKETING* PADA *E-COMMERCE LAZADA* DALAM PERSPEKTIF

UTILITARIAN ETIKA BISNIS JEREMY BENTHAM	87
A. Teori Utilitarian Etika Bisnis Jeremy Bentham dalam Strategi <i>Affiliate Marketing</i> pada <i>E-Commerce</i> Lazada	88
B. Refleksi Kritis Strategi <i>Affiliate Marketing</i> Pada <i>E-Commerce</i> Lazada dalam Perpektif Utilitarian Jeremy Bentham	96

BAB V PENUTUP	102
A. Kesimpulan	102
B. Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	106