UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Analisis Yuridis Perjanjian Endorsement antara Pemilik Bisnis Online dengan Slebgram di Media Sosial
Instagram**
Kerenhapukh Oli, Dr. Ninik Darmini, S.H., M.Hum.
Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PERSETUJUAN ii

HALAMAN PENGESAHAN.....iii

HALAMAN PERNYATAAN.....iv

KATA PENGANTAR.....v

DAFTAR ISI.....ix

INTISARI xi

***ABSTRACT* .....xii**

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah.....1

B. Rumusan Masalah 5

C. Tujuan Penelitian 5

D. Keaslian Penelitian.....6

E. Manfaat Penelitian 9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....11

A. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian 11

B. Tinjauan Umum Tentang *E-commerce* 25

C. Tinjauam Umum Tentang *Endorsement* 28

UNIVERSITAS GADJAH MADA
Analisis Yuridis Perjanjian Endorsement antara Pemilik Bisnis Online dengan Slebgram di Media Sosial Instagram
Kerenhapukh Oli, Dr. Ninik Darmini, S.H., M.Hum.
Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

BAB III METODE PENELITIAN 32

1. Sifat Penelitian 32
2. Jenis Penelitian.....32
3. Macam Penelitian.....33
4. Jalannya Penelitian.....39
5. Analisis Hasil Penelitian 40
6. Hambatan Penelitian dan Cara Mengatasinya.....41

BAB IV PEMBAHASAN.....43

A. Bagaimana Kekuatan Hukum Perjanjian *Endorsement* Dikaitkan Pelaksanaan Hak dan Kewajiban Para Pihak 43
   1. Hasil Penelitian 43
   2. Pembahasan.....52

B. Apakah Pencantuman Klausula Baku Dalam Perjanjian *Endorsement* Diantara Para Pihak Telah Sesuai Dengan Ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen 62
   1. Hasil Penelitian 62
   2. Pembahasan.....69

BAB V PENUTUP.....80

A. Kesimpulan 80
B. Saran.....82