

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	xv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	14
E. Terminologi	15
1. Tinjauan Yuridis.....	15
2. Perlindungan Hukum Konsumen	15
3. <i>Consumer Reviews</i>	17
4. Media Sosial.....	18
F. Metode Penelitian	19
1. Metode Pendekatan	19
2. Spesifikasi Penelitian	19
3. Sumber Data.....	20

4. Metode Pengumpulan data	22
5. Analisis Data.....	22
G. Sistematika Penulisan.....	24
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	26
A. Hukum Perlindungan Konsumen	26
1. Sejarah dan Perkembangan Hukum Perlindungan Konsumen	26
2. Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen.....	33
3. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen.....	37
4. Sumber – Sumber Hukum Perlindungan Konsumen	41
B. Tinjauan Umum Produsen/Pelaku Usaha dan Konsumen.....	50
1. Pengertian Konsumen dan Produsen/Pelaku Usaha.....	50
2. Hak dan Kewajiban Konsumen.....	56
3. Hak dan Kewajiban Produsen/Pelaku Usaha.....	60
4. Tanggung Jawab Produsen/Pelaku Usaha	63
5. Klausula Baku	65
C. Informasi dan Transaksi Elektronik antar Produsen/Pelaku Usaha dan Konsumen.....	75
D. Hukum Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Islam	80
BAB III PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	87
A. Perlindungan Hukum terhadap <i>Consumer Reviews</i> di Media Sosial	87
B. Kendala Konsumen dalam Melakukan <i>Review</i> terhadap Produk Barang atau Jasa di Media Sosial, dan Solusinya	116
BAB IV PENUTUP	137
A. Kesimpulan.....	137
B. Saran.....	138
DAFTAR PUSTAKA	140

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pengaduan Konsumen yang Dirugikan oleh Pelaku Usaha.....	8
Tabel 2. Pasal dalam UUPK yang Inkonsisten.....	127