

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
MOTTO HIDUP	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Kerangka Pemikiran.....	7
F. Langkah-langkah Penelitian.....	15
G. Sistematika Penulisan	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	25
A. Tinjauan Umum Mengenai <i>Seller E-Commerce</i> Perspektif Pelaku Usaha dalam Undang-Undang.....	25
B. Tinjauan Umum Mengenai <i>Campaign/Promosi</i>	32
C. Tinjauan Umum Mengenai Hukum Persaingan Usaha di Indonesia	36
D. Tinjauan Umum Mengenai <i>Predatory Pricing</i>	42
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Praktik Penggunaan Program <i>Campaign</i> dengan Sistem <i>Predatory Pricing</i> di <i>E-Commerce</i>	49
1. Deskripsi Program <i>Campaign E-Commerce</i>	49
2. Praktik Penggunaan Program <i>Campaign</i> dengan Sistem <i>Predatory Pricing</i> di <i>E-Commerce</i>	61
B. Tinjauan Hukum Persaingan Usaha pada Program <i>Campaign</i> di <i>E-Commerce</i> dengan system <i>Predatory Pricing</i> berdasarkan Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999	78
BAB IV PENUTUP	92

A. Kesimpulan	92
B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	99

