

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku :

- Alo Liliweri (1992). Dasar-dasar Komunikasi Periklanan. Bandung: PT. Citra Aditya Bhakti.
- Andriansyah (2015), Buku Pintar Hukum Perseroan Terbatas, Jakarta: Penebar Swadaya Grup.
- C.S.T Kansil, Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia, Balai Pustaka Jakarta, Jakarta, hlm. 105
- Dedi Harianto (2010), Asep Jamaludin, Perlindungan Hukum Bagi Konsmen: Terhadap Periklanan Yang Menyesatkan, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Finnah Fourqoniah, Muhammad Fikry (2020), Buku Ajar Pengantar Periklanan, Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Hans Kelsen (2006), Sebagaimana Diterjemahkan oleh Raisul Mutaqien, Teori Hukum Murni, Bandung: Nuansa & Nusa Media.
- Hans Kelsen (2017), Sebagaimana Diterjemahkan oleh Somardi General Theory of Law and State, Teori Umum Hukum dan Negara, Dasar-Dasar Ilmu Hukum Normatif Sebagai Ilmu Hukum Deskriptif Empirik, Jakarta: Media Indonesia.
- Janus Sidabalok (2006). Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Jefkins, Frank (1997). “Periklanan – Edisi Ketiga.”.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)
- Koesnadi Hardjasoemantri (1988), Hukum Tata Lingkungan, Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Mariam Darus (1980), Perlindungan Konsumen Dilihat Dari Perjanjian Baku (Standar) Kertas Kerja Pada Simposium Aspek-Aspek Hukum Masalah Perlindungan Konsumen, Jakarta.
- Oughton, David, dan Jhon Lowry (1997). The Text Book on Consumer Law, London: Black Stone Press Limited.

Akdavi Akbar Faruq, 2023

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP MARKETING AGENSI YANG BEKERJASAMA DENGAN BRAND PELAKU MISLEADING ADVERTISING

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Hukum, S1 Hukum

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

Peter Mahmud Marzuki (2006), "Penelitian Hukum", Jakarta: Kencana.

Philip Kotler & Armstrong Gary (1991), Principles of Marketing. New Jersey: Prentice Hall International, Englewood Cliffs 1991.

Philippus M. Harjo (1988). Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia, Surabaya: Bina Ilmu.

Salim HS, Erlie Septiana (2013). Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Disertasi Dan tesis, Jakarta: Rajawali Pres.

Satjipto Raharjo (2000). Ilmu Hukum, Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

Taufik H. Simatupang (2004), Aspek Hukum Periklanan dalam Perspektif Perlindungan Konsumen, Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

Titik Triwulan dan Shinta Febrian, *Perlindungan Hukum bagi Pasien*, Jakarta: Prestasi Pustaka, 2010, hlm 48.

2. Peraturan Perundang-Undangan :

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Peraturan Mahkamah Agung Nomor 1 Tahun 2002 Tentang Acara Gugatan Perwakilan Kelompok

Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2003 Tentang Pengamanan Rokok Bagi Kesehatan

Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD 1945)

Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 Tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

3. Karya Ilmiah :

a. Jurnal

A Z Nasution (1995), “Kedudukan Hukum Konsumen Terhadap Iklan”, Makalah yang disampaikan pada seminar hukum “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dan Dampak Iklan”, Jakarta. Hal. 12

Amalia Angel, Hadi Margo, (2022). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan Yang Menyebabkan Kekeliruan, Widya Yuridika; Jurnal Hukum, Vol. 4.

Amrani Hanafi (2016), Perilaku Menyimpang Praktik Bisnis Periklanan Dalam Perspektif Hukum Pidana dan Penegakan Hukumnya, Jurnal IUS QUIA IUSTUM, Vol. 4.

Anthon Fathanudien, “Pertanggungjawaban Terhadap Konsumen Atas Iklan-Iklan Yang Menyesatkan Di Era Globalisasi”, Jurnal Unifikasi, ISSN 2354-5976 Vol. 2 No. 2 Juli 2015, hlm 43-44.

Ayu Atha Diva, I wayan Novy. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Produk Bermasalah Promosi Iklan: Pendekatan Tanggung Jawab Penyedia Jasa Iklan Vol. 8 Jurnal Kertha Semaya.

Bagus Made, Parikesit Widiatedja. “Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Terkait Wanprestasi Yang Dilakukan konsumen Dengan Cara Hit And Run” Jurnal Hukum Bisnis Fakultas Hukum Universitas Udayana.

Christo Mario Pranda (2022), “Tinjauan Hukum Terhadap Iklan Yang Menyesatkan Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Di Indonesia Dan Hukum Internasional Terkait”. Jurnal Paradigma Hukum Pembangunan, Vol. 7 No. 2. 6.

Dedi Harianto (2008). “Standar Penentuan Informasi Iklan Menyesatkan”, Jurnal Equality, Vol. 13. No. 1. 43.

- Desman Nazara (2021), Pengaruh Periklanan Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Tricomsel Gunungsitoli, Jurnal EMBA, Vol. 9.
- F. Indra Santoso (2010), Tesis: “Tinjauan Yuridis Terhadap Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dikaitkan Dengan Iklan-Iklan Yang Menyesatkan Konsumen” Jakarta: Universitas Indonesia.
- Febriyanti Nenny. (2018). Analisis Yuridis Terhadap Iklan Menyesatkan Pada Produk Multivitamin Dikaitkan Dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan KEPMENKES No: 386/MEN.KES/ SK/IV/1994 (Studi Kasus: Iklan Multivitamin X), Fakultas Hukum Universitas Indonesia.
- Felicia Rampen. (2013), “Penggunaan Sanksi Pidana Terhadap Pelanggaran Periklanan Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen”. *Lex et Societatis*. Vol. I. No.2
- Herawati N, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Iklan yang Menyesatkan”. *Perspektif* 11, no 4 (2006).
- I Gusti Agung Mayadiani, I Ketut Wirawan, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Periklanan Yang Merugikan Pihak Konsumen”, Bagian Hukum Bisnis Fakultas Hukum Universitas Udayana
- Johanes Gunawan (1994), “Product Liability Dalam Hukum Bisnis Indonesia, Pro Justitia”, Tahun XII, Nomor 2. Hal. 7.
- Laila Khotabul (2017). “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Iklan Yang Melanggar Tata Cara Periklanan.” *Jurnal Cakrawala Hukum* 8, No.1. Hal. 64-67.
- Ni Putu Mayra (2021). I Made Priyanto, dkk Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Iklan Produk Menyesatkan Yang Dilakukan Oleh Pelaku Usaha Vol. 10 *Jurnal Kertha Wicara*.

Paramita, Kasih. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Iklan Yang Menyesatkan Ditinjau Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan Kode Etik Periklanan Indonesia”

Putri Mahadewi (1981), “Perlindungan Hukum Konsumen Atas Tayangan Iklan Televisi Yang Menyesatkan”, *Journal of Chemical Information and Modelling* Vol 53. No, 9. Hal. 1689-1699.

Sudjana. (2021). Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Penayangan Iklan Niaga Yang Menyesatkan Konsumen, *Jurnal Dialogia Luridica*. Vol. 12.

Tetanoë Bernada (2017), “Upaya Perlindungan Hukum Pada Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Untuk Mendukung Pertumbuhan Ekono Digital Di Indonesia”. *Jurnal Hukum dan Peradilan* Vol. 6 No. 1. Hal. 1-24

Wahyu Prabowo, Yunita, Tri Latifa (2022), Perlindungan Hukum Terhadap Informasi Iklan Yang Menyesatkan, Vol. V Issue 1, *Volksgeist: Jurnal Hukum dan Konstitusi*. Hal. 86-87

Widijowati, D, “Peredaran Iklan yang Menyesatkan Konsumen dihubungkan dengan Hukum Perlindungan Konsumen, Pers dan Penyiaran”, *Ius Constitutum* 1, no. 2 (2016), <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/IUSCONS/article/view/139/231>.

Yusuf Shofie (1996), “System Tanggung Jawab Dalam Periklanan”. *Hukum dan Pembangunan* No. 2. Hal. 142.

4. Sumber Lainnya

a. Internet

Ahmad Nasrudin, “Biro Periklanan: Definisi, Jenis, Departemen, Sumber Pendapatan”, <https://cerdasco.com/ biro-iklan/> Diakses pada 11 Februari 2023, Pukul 17.41

Fajria Anindya, “Apa Itu Brand?”, <https://wartaekonomi.co.id/read390156/apa-itu-brand> Diakses pada 11 Februari 2023, Pukul 19.30

Melalui laman http://digilib.petra.ac.id/adscgi/viewer.pl/jiunkpe/s1/hotl/2002/jiunkpe-ns-s1-2002-33496023-294-bali_hilton-chapter2.pdf diakses pada tanggal 11 Februari 2023, Pukul 14.25

Melalui Laman https://sinta.unud.ac.id/uploads/dokumen_dir/55a096d81bd32165c62a810cfb889255.pdf diakses pada tanggal 9 Mei 2023 pukul 20.34 WIB.

Melalui Laman [http://repository.untag-sby.ac.id/1560/10/BAB III.pdf](http://repository.untag-sby.ac.id/1560/10/BAB%20III.pdf) diakses pada 16 feburari 2023 pukul 20.53