

محتويات البحث

i	ABSTRAK
ii	ملخص البحث
iii	تقرير المشرف
iv	رسالة تقرير لجنة المناقشة
v	الإقرار
vi	الإهداء
vii	كلمة شكر وتقدير
ix	محتويات البحث
	الباب الأول : المقدمة
١	أ. خلفية البحث
13	ب. تحديد المسألة
١٣	ج. أهداف البحث
١٤	د. أهمية البحث
١٥	هـ. تنظيم كتابة البحث

الباب الثاني : البحوث السابقة والإطار النظري

أ. البحوث السابقة ١٧

١. الممارسات الاحتياطية في البيع والشراء في التجارة الإلكترونية في

إندونيسيا ١٧

٢. الاحتيايل في السوق من منظور المعاملات الفقهية ٢٤

٣. الاحتيايل في السوق من منظور قانون حماية المستهلك ٢٦

ب. الإطار النظري ٢٨

١. نظرية التجارة الإلكترونية ٢٨

أ) تعريف التجارة الإلكترونية ٢٨

ب) نطاق التجارة الإلكترونية ٢٩

ج) نموذج أعمال التجارة الإلكترونية ٣٤

د) العمليات في التجارة الإلكترونية ٣٨

ح) طرق الدفع في التجارة الإلكترونية ٤١

٢. نظرية التسويق الإسلامي ٤٧

أ) تعريف التسويق الإسلامي ٤٧

ب) مبادئ التسويق الإسلامي ٥٠

- ٦٠ (ج) أخلاقيات وخصائص التسويق في الإسلام
- ٦٤ (د) الترويج في الإسلام
- ٦٩ (ح) تسويق الرقمي
- ٧٢ ٣. عقود البيع في التجارة الإلكترونية
- ٧٢ (أ) تعريف المبيعات
- ٧٤ (ب) الأساس القانوني للمبيعات
- ٨٣ (ج) بيع السلم في معاملات التجارة الإلكترونية
- ٩٠ (د) الاستصناع في معاملات التجارة الإلكترونية
- ٩٦ ٤. نظرية الاحتيال في السوق

الباب الثالث : منهج البحث

- ١٢٠ أ. طريقة البحث ونوعها
- ١٢٢ ب. كائن البحث
- ١٢٣ ج. أنواع بيانات البحث
- ١٢٤ د. مصادر وطرق جمع البيانات
- ١٣٢ هـ. طرق تحليل البيانات

الباب الرابع : عرض البيانات وتحليلها ومناقشتها

أ.مقدمة	١٣٨
١. الوصف العام لكائنات البحث	١٣٩
أ) Shopee	138
ب) Instagram	1٤١
ب. أشكال الاحتيال	١٤٣
١. أشكال الاحتيال في التسويق والترويج	١٥٢
٢. تحليل أشكال الاحتيال في معاملات الدفع	١٥٤
٣. تحليل نماذج الاحتيال المتعلقة بأشياء المعاملة والتسليم	١٥٧
ج. كيف حكم الاحتيال في السوق في التجارة الإلكترونية في إندونيسيا من منظور فقه المعاملات ؟	١٦٤
١. وجهة نظر المعاملات الفقهية حول ممارسات الاحتيال في السوق في عملية الإعلان والترويج	١٦٤
٢. المعاملات الفقهية وجهة نظر ممارسات الاحتيال في السوق في عملية معاملات الدفع في التجارة الإلكترونية في إندونيسيا	١٧٠
٣. المعاملات الفقهية وجهة نظر ممارسات السوق الخادعة في كائن المعاملة والتسليم	١٧٤

د. كيف حكم الاحتيال في السوق في التجارة الإلكترونية في إندونيسيا من منظور

قانون حماية المستهلك؟ ١٨٤

الباب الخامس الاختتام

أ. نتائج البحث ١٩٠

ب. مقترحات البحث ١٩٣

مصادر البحث ١٩٤

ملحق ٢٠٨

UNIDA
GONTOR
UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR