

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Kerangka Konsep	9
1.5.1 Teori Komunikasi Tentang Identitas	9
1.5.2 <i>Impulse Buying</i>	13
1.5.3 Perilaku Konsumen	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Perilaku Belanja <i>Online</i>	19
2.2 <i>Surveillance Capitalism</i> pada pemasaran <i>E-commerce</i> Shopee.....	28
2.3 Perilaku <i>online Impulse Buying</i>	31
2.3.1 Faktor-faktor <i>Impulse Buying</i>	33
2.3.2 Indikator <i>Impulse Buying</i>	36
2.4 Algoritma pada <i>E-Commerce</i> Shopee dan Penggunaan <i>E-commerce</i> Shopee..	37
2.5 Remaja putri usia 19-24 tahun terhadap perilaku <i>impulse buying</i>	45
2.5.1 Ciri – Ciri Remaja Sebagai Konsumen.....	48
2.6 Penelitian Terdahulu.....	49

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	53
3.1 Jenis Penelitian	53
3.2 Metode penelitian	55
3.3 Subjek Penelitian	55
3.4 Lokasi Penelitian	56
3.5 Sumber Data	56
3.6 Teknik Pengumpulan Data	59
3.7 Teknik Analisis Data	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Sejarah Singkat E-Commerce Shopee.....	64
4.2 Profil Informan	67
4.3 Hasil Penelitian.....	68
4.3.1 Frekuensi Penggunaan E-Commerce Shopee.....	69
4.3.2 Perilaku <i>impulse buying</i> yang ada pada remaja putri usia 19-24 tahun pada pengguna E-commerce Shopee	71
4.3.3 Faktor yang mendorong perilaku <i>impulse buying</i> pada remaja putri usia 19- 24 tahun pada pengguna E-Commerce Shopee	77
4.4 Pembahasan	86
4.8.8 Perilaku online <i>impulse buying</i> yang dilakukan pada remaja putri usia 19-24 tahun pengguna <i>e-commerce</i> shopee.....	96
BAB V PENUTUP	103
5.1 Kesimpulan.....	103
5.2 Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	112
TRANSKIP INTERVIEW	100

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Data informan yang diwawancarai	68
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survei <i>shopping behavior</i> terhadap perilaku belanja masyarakat di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 E-Commerce dengan pengunjung terbanyak kuartal I 2023	3
Gambar 1.3 Shopee Audience Demographics	3
Gambar 1.4 Impulsive vs. Planned Shopper Populix terhadap perilaku belanja masyarakat Indonesia.....	6
Gambar 2.1 Home page aplikasi <i>e-commerce</i> Shopee	42
Gambar 2.2 Halaman produk pada aplikasi <i>e-commerce</i> Shopee	43
Gambar 2.3 Halaman penilaian pada aplikasi <i>e-commerce</i> Shopee	43
Gambar 2.4 Halaman promosi pada aplikasi <i>e-commerce</i> Shopee.....	44
Gambar 2.5 Halaman metode pembayaran & shipping pada aplikasi <i>e-commerce</i> Shopee.....	45