

DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA	
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN	
KATA PENGANTAR	i
UCAPAN TERIMA KASIH	ii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Struktur Organisasi Tesis	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Perilaku Konsumtif.....	13
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif.....	13
2.1.2 Jenis-jenis Perilaku Konsumtif.....	16
2.1.3 Faktor-faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumtif.....	17
2.1.4 Aspek Positif dan Negatif Perilaku Konsumtif.....	22
2.2 Gaya Hidup	23
2.2.1 Pengertian Gaya Hidup	23
2.2.2 Bentuk-bentuk Gaya Hidup.....	26
2.3 Belanja <i>Online</i>	28
2.3.1 Pengertian Belanja <i>Online</i>	28
2.3.2 Proses Pengambilan Keputusan dalam Berbelanja	30
2.4 Teori Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard	31
2.5 Teori Hiperrealitas	37

2.5.1 <i>Simulacra</i>	39
2.5.2 Simulasi.....	40
2.6 Teori <i>Imagined Community</i>	43
2.7 Teori Teori Habitus Pierre Bourdieu.....	44
2.8 Penelitian Terdahulu	46
2.9 Alur Pemikiran.....	49
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian	52
3.2 Partisipan Penelitian	53
3.3 Lokasi Penelitian	57
3.4 Pengumpulan Data.....	57
3.4.1 Observasi.....	57
3.4.2 Wawancara Mendalam.....	58
3.4.3 Studi Dokumentasi.....	58
3.4.4 Studi Literatur	58
3.5 Instrumen Penelitian.....	59
3.6 Analisis Data.....	59
3.7 Uji Keabsahan Data	60
3.7.1 Teknik Triangulasi.....	60
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Umum Lokasi Penelitian	63
4.1.1 Gambaran Lokasi Penelitian	63
4.1.2 Kondisi Penduduk di Kota Bandung.....	65
4.1.2.1 Jumlah Penduduk berdasarkan Umur dan Jenis Kelamin	65
4.1.2.2 Jumlah Penduduk berdasarkan Agama	66
4.1.2.3 Jumlah Penduduk berdasarkan Pendidikan	67
4.1.3 Kondisi Perguruan Tinggi di Bandung	68
4.2 Temuan Penelitian	69
4.2.1 Wujud Hiperrealitas <i>Online Shop</i> dalam Rangka Menarik Perhatian Konsumen	69

4.2.2 Faktor- Faktor Pendorong Perilaku Konsumen Mahasiswa dalam Berbelanja <i>Online</i>	79
4.2.3 Fenomena Hiperrealitas <i>Online Shop</i> dalam Membentuk Perilaku Konsumen Mahasiswa.....	87
4.2.4 Upaya yang Dilakukan untuk Membatasi Perilaku Konsumen Mahasiswa dalam Berbelanja <i>Online</i>	97
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian	102
4.3.1 Wujud Hiperrealitas <i>Online Shop</i> dalam Rangka Menarik Perhatian Konsumen	102
4.3.2 Faktor-Faktor Pendorong Perilaku Konsumen Mahasiswa dalam Berbelanja <i>Online</i>	112
4.3.3 Fenomena Hiperrealitas <i>Online Shop</i> dalam Membentuk Perilaku Konsumen Mahasiswa.....	124
4.3.4 Upaya yang Dilakukan untuk Membatasi Perilaku Konsumen Mahasiswa dalam Berbelanja <i>Online</i>	133
4.4. Tinjauan Hasil Penelitian terhadap Teori Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard	137
4.5. Tinjauan Hasil Penelitian terhadap Teori <i>Imagined Communities</i> (Benedict Anderson)	143
4.6. Tinjauan Hasil Penelitian terhadap Teori <i>Habitus</i> (Pierre Bourdieu)	144
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	
5.1 Simpulan	148
5.2 Implikasi	150
5.3 Rekomendasi	151
DAFTAR PUSTAKA	155

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Alasan Mahasiswa Berbelanja <i>Online</i>	4
2.1 Penelitian Terdahulu	46
3.1 Daftar Informan Pokok dan Informan Pangkal.....	54
3.2 Identitas Informan Pokok	55
3.3 Identitas Informan Pangkal Pemilik <i>Online Shop</i>	56
3.4 Identitas Informan Pangkal Teman Sebaya.....	56
3.5 Identitas Informan Pangkal Ulama.....	56
4.1 Jumlah Penduduk berdasarkan Umur dan Jenis Kelamin di Kota Bandung 2016	65
4.2 Jumlah Penduduk berdasarkan berdasarkan Agama di Kota Bandung 2017.....	66
4.3 Jumlah Penduduk berdasarkan Pendidikan	67
4.4 Jumlah Perguruan Tinggi Negeri dan Swasta di Lingkungan Kopertis Wilayah IV (Kota Bandung) 2017	68
4.5 Wujud Hiperrealitas <i>Online shop</i> Dalam Rangka Menarik Perhatian Konsumen.....	75
4.6 Faktor-Faktor Pendorong Mahasiswa Berperilaku Konsumtif dalam Berbelanja <i>Online</i>	86
4.7 Besarnya Biaya Mahasiswa Berbelanja <i>Online</i> dalam Sebulan.....	88
4.8 Frekuensi (Jumlah Mahasiswa) dalam Aspek Jumlah Pembelian dan Jumlah Pengeluaran Berbelanja <i>Online</i> dalam Sebulan.....	89
4.9 Upaya yang Dilakukan untuk Membatasi Perilaku Konsumtif dalam Berbelanja <i>Online</i>	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Gambar Alur Pemikiran.....	51
3.1. Gambar Analisis Data Miles dan Huberman.....	60
3.2. Gambar Teknik Triangulasi Sumber Data.....	61
3.3. Gambar Teknik Triangulasi Pengumpulan Data	62
4.1. Gambar Peta Lokasi Penelitian Kota Bandung	64
4.2. Gambar Perbedaan <i>Online shop</i> yang <i>Trusted</i> dan yang Tidak.....	73
4.3. Gambar Bukti Pembelian Informan di <i>Online Shop</i>	90
4.4. Gambar Bukti Pembelian Informan pada Produk <i>Fashion</i> dan <i>Make-Up</i>	93
4.5. Gambar Fenomena Hiperrealitas <i>Online shop</i> dalam Mendorong Terwujudnya Perilaku Konsumtif Mahasiswa.....	97
4.6. Gambar Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2017	102
4.7. Gambar Pembelian pada <i>Online shop</i> di Indonesia Tahun 2016	105