



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
INTISARI	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Urgensi Penelitian	9
1.5 Tinjauan Pustaka	10
1.5.1 Globalisasi.....	10
1.5.2 Foreign Direct Investment (FDI)	12
1.5.3 Produksi Ruang, Ruang Psikologis, dan Sentimen Terhadap Ruang	12
1.5.4 Korean Wave (Hallyu)	15
1.5.5 Teori Lokasi Pusat	15
1.5.6 Pembatasan Sosial (<i>Social Restriction</i>).....	17
1.5.7 E-commerce	19
1.5.8 Proxy Buying	20
1.5.6 Bea Masuk dan Cukai	20
1.6 Kerangka Pemikiran.....	21

1.7	Batasan Terminologi	22
1.7.1	<i>Hallyu</i>	22
1.7.2	Pembatasan Sosial	22
1.7.3	<i>E-commerce</i>	23
1.7.4	<i>Proxy buying</i>	23
1.7.5	<i>Middleman</i> dan <i>Personal shopper</i>	23
1.7.6	<i>Group Order</i>	23
1.7.7	Bea Masuk dan Cukai	23
1.7.8	Keaslian Penelitian	23
BAB II METODE PENELITIAN.....		30
2.1	Lokasi Penelitian	30
2.2	Kebutuhan Data	31
2.3	Teknik Pengumpulan Data	32
2.4	Teknik Pengolahan dan Analisis Data	34
BAB III DESKRIPSI WILAYAH		36
3.1	Kondisi Fisik Indonesia	36
3.2	Kondisi Sosial dan Ekonomi Indonesia	37
3.2.1	Kondisi Sosial	37
3.2.2	Kondisi Ekonomi	39
3.3	Distribusi Spasial Pintu Gerbang (<i>Border Gate</i>) dan <i>Group Order</i> (GO) di Indonesia	40
BAB IV PEMBAHASAN.....		46
4.1	Profil Sosio-Demografi Konsumen <i>Proxy Buying</i> Korea Selatan di Indonesia	46
4.2	Dinamika <i>Trend</i> Pengeluaran Konsumen <i>Proxy Buying</i> Korea Selatan Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19	60

4.2.1	Rerata Pengeluaran Konsumen <i>Proxy Buying</i> Tahun 2019-2021 ...	61
4.2.2	Frekuensi Penggunaan <i>Proxy Buying</i> Tahun 2019-2021	63
4.3	Tren Pengeluaran Konsumen Berdasarkan Profil Sosio-Demografi Dalam Linimasa Kebijakan Pembatasan Sosial	65
4.3.1	Tingkat Pengeluaran Konsumen Berdasarkan Kelompok Usia	66
4.3.2	Tingkat Pengeluaran Konsumen Berdasarkan Kelompok Pekerjaan..	68
4.3.3	Tingkat Pengeluaran Konsumen Berdasarkan Lama Waktu Akses Terhadap Konten Korea.....	70
4.3.4	Rerata Tingkat Pengeluaran Konsumen Terhadap Linimasa Kebijakan Pembatasan Sosial di Indonesia	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		80
5.1	Kesimpulan	80
5.2	Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA		83
LAMPIRAN.....		91