

Daftar Isi

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.4. Tinjauan Pustaka	7
1.5. Kerangka Teori	9
1.5.1. Konsep Generasi Z	9
1.5.2. Model Perilaku Konsumen	11
1.5.3. Teori Konsumsi Antropologis	14
1.5.4. Teori Perilaku Konsumen	14
1.6. Metode Penelitian	16
1.6.1. Metode Penelitian Kualitatif	16
1.6.2. Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data	17
BAB II PERTIMBANGAN GENERASI Z DI WILAYAH JAKARTA TIMUR TERHADAP JENIS-JENIS DAN KEUNGGULAN FITUR E-COMMERCE DALAM KEGIATAN BELANJA ONLINE	20
2.1. Sejarah dan Perkembangan E-Commerce dan Profil Generasi Z di Indonesia	20
2.1.1. Sejarah dan Perkembangan E-Commerce di Indonesia	21
2.1.2. Profil Generasi Z di Indonesia	22
2.2. Pertimbangan Sosio-Ekonomi dan Kultural Generasi Z Wilayah Jakarta Timur Terhadap E-Commerce	23
2.3. Pertimbangan Generasi Z Wilayah Jakarta Timur Terhadap Manfaat E-Commerce	28
2.4. Perilaku Konsumen dan Pemilihan E-Commerce oleh Generasi Z di Wilayah Jakarta Timur	37
BAB III DEMOGRAFI DAN KARAKTERISTIK SOSIAL-EKONOMI PADA GENERASI Z DI WILAYAH JAKARTA TIMUR	47
3.1. Demografi Wilayah Jakarta Timur	47
3.2. Deskripsi Generasi Z di Wilayah Jakarta Timur	49
3.2.1. Deskripsi Generasi Z di Wilayah Jakarta Timur	53
3.3. Perkembangan E-Commerce di Wilayah Jakarta Timur	56

Peta 3.1. Wilayah Penggunaan E-Commerce di Indonesia Tahun 2020/2021...	57
BAB IV ALASAN GENERASI Z DALAM PEMILIHAN PLATFORM E-COMMERCE DALAM KEGIATAN BELANJA ONLINE DI WILAYAH JAKARTA TIMUR.....	59
4.1. Generasi Z dan Pemilihan Platform E-Commerce di Jakarta Timur.....	59
4.2. Faktor-faktor Pemilihan Platform E-Commerce oleh Generasi Z di Jakarta Timur	62
4.3. Fenomena Generasi Z dan Perkembangan Platform E-Commerce di Jakarta Timur	66
BAB V PENUTUP.....	71
5.1. Kesimpulan.....	71
5.2. Saran	73
5.3. Rekomendasi Penelitian	74

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Jumlah Penduduk Jakarta Timur Per-Kecamatan Tahun 2020	49
Tabel 3.2. Komposisi Penduduk Jakarta Timur Ditinjau Dari Generasi Tahun 2020	53

DAFTAR GAMBAR DAN PETA

Gambar 1.1 Model Perilaku Konsumen Assael	12
Peta 3.1. Wilayah Penggunaan E-Commerce di Indonesia Tahun 2020/2021	57