

## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI</b>	<b>2</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>4</b>
<b>BAB 1</b>	<b>6</b>
<b>PENDAHULUAN</b>	<b>6</b>
1.1 Latar Belakang	6
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
<b>BAB 2</b>	<b>13</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI</b>	<b>13</b>
2.1 Tinjauan Pustaka	13
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Information Behaviour (Perilaku Pencarian Informasi)	14
2.2.2 Perilaku Konsumen Perempuan	19
2.3 Kerangka Konseptual	20
<b>BAB 3</b>	<b>22</b>
<b>METODE PENELITIAN</b>	<b>22</b>
3.1 Metode Penelitian	22
3.2 Jadwal Penelitian	22
3.3 Subjek Penelitian	23
3.4 Sumber Data	24
3.5 Instrumen Penelitian	25
3.6 Teknik Pengumpulan Data	25
3.6.1 Observasi	25
3.6.2 Wawancara	26
3.6.3 Dokumentasi	27
3.7 Teknik Analisis Data	27
3.7.1 Reduksi Data	27
3.7.2 Penyajian Data	28
3.7.3 Penarikan kesimpulan dan verifikasi	28
<b>BAB 4</b>	<b>29</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>29</b>
4.1 TikTok	29
4.2 TiktokShop	30
4.3 Produk dan Toko di TiktokShop	33
4.4 Hasil dan Pembahasan	38



**Pencarian Informasi Netizen Indonesia untuk Praktik E-Commerce: Studi Kasus Transaksi di TikTok Shop**

Terry Sativani Balqis, Dr. Dian Arymami, S.I.P., M.Hum.

Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

4.4.1 E-commerce	40
4.4.2 Awareness	42
4.4.3 Information Seeking Behaviour	44
4.4.4 Informasi Penjual	46
4.4.5 Transaksi	47
<b>BAB 5</b>	<b>50</b>
<b>PENUTUP</b>	<b>50</b>
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Saran	52
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>53</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>55</b>