

DAFTAR ISI

MOTTO	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAKSI	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Tinjauan Pustaka	8
F. Kerangka Teori	14
G. Metode Penelitian	19
1. Jenis Penelitian.....	19
2. Seleksi dan Identifikasi Target.....	21
3. Pengumpulan Data	21
a. Observasi.....	21
b. Wawancara.....	22
4. Analisa Data.....	23

BAB II TREN BELANJA ONLINE DAN *E-COMMERCE*

A. Tren Belanja Online di Indonesia	26
B. Perkembangan <i>E-Commerce</i> di Indonesia	27
C. Media Sosial Instagram.....	29
D. <i>E-Commerce</i> Berbasis Media Sosial Instagram.....	32
1. Goldenface.store	33
2. Boogie.id	35
3. Kedaioriginal	36
4. Dope13store	38
5. Bangzapato_yk.....	39



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Perubahan Ekonomi Digital : Dinamika Sosial Instagram Online Shop
RIKZANSYAH, Dewi Cahyani Puspitasari, S.Sos., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

BAB III TINDAKAN EKONOMI TERHADAP MEDIA SOSIAL ONLINE

DALAM EKONOMI DIGITAL

- A. Persepsi Pelaku Bisnis Online Tentang Ekonomi Digital.....42
- B. Tindakan Ekonomi Terhadap Media Sosial Online.....46

BAB IV INTERAKSI DAN PERILAKU PEBISNIS ONLINE DALAM

MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

- A. Membangun Relasi Ekonomi Dalam Media Sosial Instagram59
- B. Perilaku Ekonomi Dalam Media Sosial Instagram69

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan80
- B. Catatan Kritis82

DAFTAR PUSTAKA84