

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL DALAM (Bahasa Indonesia)</b>	i
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM (Bahasa Inggris)</b>	ii
<b>HALAMAN JUDUL</b>	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	iv
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI</b>	v
<b>HALAMAN MOTTO</b>	vi
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b>	vii
<b>KATA PENGANTAR</b>	viii
<b>DAFTAR ISI</b>	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b>	xiv
<b>ABSTRAK</b>	xv
<b>ABSTRACT</b>	xvi
 <b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	 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 Pemikiran	10
1.5.1 <i>Consumer Behaviour</i>	10
1.5.2 <i>Online Shop</i>	11
1.6 Metode Penelitian	12
1.6.1 Lokasi Penelitian	12
1.6.2 Pemilihan Informan	13
1.6.3 Teknik Pengumpulan Data	13
 <b>BAB II DESA JLEGIWINANGUN DALAM PERUBAHAN</b>	 16
2.1 Kebumen dan Wilayahnya	16

2.2 Sekilas tentang Desa Jlegiwinangun .....	17
2.3 Demografi .....	23
2.4 Religi dan Agama Penduduk .....	26
2.5 Pendidikan Masyarakat Jlegiwinangun .....	28
2.6 Keadaan Ekonomi Masyarakat Desa Jlegiwinangun .....	32
2.7 Penggunaan <i>Handphone</i> di Kalangan Masyarakat Jlegiwinangun .....	39
<b>BAB III KONSUMEN BELANJA <i>ONLINE</i> .....</b>	<b>44</b>
3.1 Tipologi Demografi Konsumen Belanja <i>Online</i> .....	44
3.1.1 Umur dan Jenis Kelamin Konsumen Belanja <i>Online</i> .....	44
3.1.2 Tingkat Pendidikan Konsumen Belanja <i>Online</i> .....	47
3.1.3 Pekerjaan dan Pendapatan Konsumen Belanja <i>Online</i> .....	48
3.2 Gaya Hidup Konsumen Belanja <i>Online</i> : Kebiasaan Berbelanja.....	54
3.3 Masuknya Belanja <i>Online</i> di Desa Jlegiwinangun .....	55
3.4 Jenis Konsumen <i>Online</i> .....	60
3.5 Jenis Barang dan Frekuensi Belanja <i>Online</i> .....	63
<b>BAB IV TREND BELANJA <i>ONLINE</i>: FAKTOR-FATOR DAN PERSEPSI MASYARAKAT .....</b>	<b>69</b>
4.1 Faktor Pendorong Masyarakat Melakukan Belanja <i>Online</i> .....	69
4.1.1 Harga Lebih Murah .....	69
4.1.2 Cara Belanja yang Praktis .....	72
4.1.3 Lebih Banyak Pilihan .....	76
4.1.4 Barang <i>Online</i> Lebih Bagus-bagus .....	79
4.2 Jenis Transaksi dalam Belanja <i>Online</i> .....	80
4.2.1 Transfer .....	81
4.2.2 COD .....	83
4.3 Munculnya Istilah Khas terkait Belanja <i>Online</i> .....	85
4.4 Belanja <i>Online</i> : Perspektif Masyarakat .....	89
4.4.1 Cara Belanja yang Menakutkan .....	89
4.4.2 Belanja <i>Online</i> untuk Orang Malas .....	91

4.4.3 Keterbatasan Menggunakan Panca Indera .....	92
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>95</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>101</b>
Daftar Informan .....	101
Panduan Pertanyaan Wawancara .....	104
<b>LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI .....</b>	<b>105</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Peta Kabupaten Kebumen .....	16
Gambar 2.2 Peta Jlegiwinangun.....	18
Gambar 2.3 <i>Screenshoot</i> WhatsApp Salah Satu Penduduk .....	42
Gambar 3.1 <i>Screenshoot</i> Beranda Facebook Penduduk .....	57
Gambar 3.2 <i>Screenshoot</i> Beranda Facebook Grup “Toko Hana” .....	58
Gambar 3.3 Perabotan yang dibeli secara <i>Online</i> .....	66
Gambar 3.4 Baju yang dibeli secara <i>Online</i> .....	66
Gambar 4.1 Paket barang yang dipesan Informan Lewat Shopee .....	75
Gambar 4.2 Isi Paket Informan Setelah dibuka .....	75
Gambar 4.3 <i>Screenshoot</i> Toko <i>Online</i> yang Sering dikunjungi Informan .....	78
Gambar 4.4 <i>Screenshoot</i> Cara Pembayaran Transfer dalam Shopee .....	81

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perkembangan Jumlah Penduduk .....	24
Tabel 2.2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Struktur Usia .....	25
Tabel 2.3 Komposisi Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	29
Tabel 2.4 Mata Pencarian Penduduk .....	34
Tabel 3.1 Umur Konsumen Belanja <i>Online</i> .....	45
Tabel 3.2 Jenis Kelamin Konsumen Belanja <i>Online</i> .....	46
Tabel 3.3 Tingkat Pendidikan Konsumen Belanja <i>Online</i> .....	48
Tabel 3.4 Pekerjaan Konsumen Belanja <i>Online</i> .....	49
Tabel 3.5 Pendapatan Konsumen Belanja <i>Online</i> .....	50
Tabel 3.6 Jenis Konsumen Belanja <i>Online</i> .....	60
Tabel 3.7 Jenis Barang yang dibeli secara <i>Online</i> .....	64
Tabel 4.1 Istilah dalam Jual-Beli <i>Online</i> .....	87

\