

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PRAKATA.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISTILAH DAN SINGKATAN.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xii</b>
<b>INTISARI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Keaslian Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.6 Batasan Masalah.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....</b>	<b>11</b>
2.1 Tinjauan Pustaka.....	11
2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1 <i>E-commerce</i> .....	15
2.2.2 <i>Social Media</i> .....	18
2.2.3 <i>Social Commerce</i> .....	26
2.2.4 <i>Fitur Social Commerce</i> .....	29
2.2.5 <i>Kriteria Konsep desain social commerce</i> .....	31
2.3 Pertanyaan Penelitian.....	35
<b>BAB III METODOLOGI.....</b>	<b>36</b>
3.1 Alat dan Bahan.....	37
3.1.1 Alat.....	37
3.1.2 Bahan.....	39
3.2 Jalannya Penelitian.....	40
3.2.1 Tahap Pendahuluan.....	41
3.2.2 Tahap Pengumpulan Data.....	42
3.2.3 Tahap Klasifikasi Data.....	43
3.2.4 Tahap Analisa Data.....	44
3.2.5 Kesimpulan.....	46
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
4.1 Gambaran Ideal <i>Social Commerce</i> dan Keberhasilan <i>Social Commerce</i> .....	47
4.2 Gambaran Umum <i>Social Commerce</i> di Indonesia.....	47

4.2.1	Fitur yang menghubungkan <i>website e-commerce</i> ke <i>social media</i> .....	48
4.2.2	Platform <i>social media</i> yang digunakan pelaku <i>e-commerce</i> di Indonesia.....	52
4.3	Fitur Transaksional Pada Social Commerce .....	56
4.4	Kesesuaian dengan konsep desain <i>Social Commerce</i> .....	57
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	63
5.1	Kesimpulan.....	63
5.2	Saran.....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		xiv
<b>LAMPIRAN</b> .....		L1-L10

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya.....	8
Tabel 2.1	: Desain fitur dalam <i>website</i> Amazon dan Starbuck Facebook...	14
Tabel 2.2	: Kelebihan dan kekurangan <i>e-commerce</i> .....	16
Tabel 2.3	: Delapan fitur unik teknologi <i>e-commerce</i> .....	17
Tabel 2.4	: <i>Social media</i> yang populer digunakan di Indonesia.....	23
Tabel 2.5	: Penjelasan fitur dalam desain <i>social commerce</i> menurut Huang dan Benyoucef .....	31
Tabel 3.1	: <i>Website e-commerce Top 500 Alexa Rank</i> .....	41
Tabel 3.2	: Kriteria yang dipakai untuk menilai kesesuaian <i>website</i> dengan desain <i>social commerce</i> .....	44
Tabel 4.1	: Ringkasan jumlah dan kategori fitur <i>social Commerce</i> pada halaman <i>home website e-commerce</i> .....	48
Tabel 4.2	: Ringkasan fitur <i>social commerce</i> pada <i>halaman home website e-commerce</i> .....	50
Tabel 4.3	: <i>Platform social media</i> yang paling banyak dipakai berdasarkan fitur sosial yang ada pada <i>website e-commerce</i> ....	52
Tabel 4.4	: Metode pembayaran yang mengikuti fitur transaksional.....	56
Tabel 4.5	: Kesesuaian <i>website e-commerce</i> dengan konsep desain <i>social commerce</i> .....	58
Tabel 4.6	: Kesesuaian <i>website social media</i> dengan konsep desain <i>social commerce</i> .....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia tahun 2014-2016.....	1
Gambar 2.1 : <i>Framework i-model</i> .....	11
Gambar 2.2 : <i>Social commerce adoption model</i> .....	12
Gambar 2.3 : <i>Social commerce design model</i> .....	13
Gambar 2.4 : Klasifikasi <i>social media</i> berdasarkan <i>social presence / media richness</i> dan <i>self-presentation / self-disclosure</i> .....	20
Gambar 2.5 : Pengkategorian fitur yang mendukung <i>e-commerce</i> .....	29
Gambar 3.1 : Diagram jalannya penelitian.....	40
Gambar 4.1 : Penggunaan fitur <i>social commerce</i> pada website <i>e-commerce</i> .....	49
Gambar 4.2 : Agoda tidak mencantumkan fitur social.....	49
Gambar 4.2 : Link fitur <i>social commerce</i> pada halaman home website <i>e-commerce</i> .....	52
Gambar 4.3 : Link fitur <i>social commerce</i> pada halaman home website <i>e-commerce</i> .....	53
Gambar 4.4 : Capture halaman home pegipegi.com.....	54
Gambar 4.5 : Contoh Metode Pembayaran Website Tokopedia.....	57
Gambar 4.6 : Metode Pembayaran Website Facebook.....	57
Gambar 4.7 : Identitas pengguna pada website Tokopedia.....	60

## DAFTAR ISTILAH DAN SINGKATAN

APJII	: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia
I-Model	: <i>Information Model</i>
SCAM	: <i>Social Commerce Adoption Model</i>
TAM	: <i>Technology Acceptance Model</i>
ATM	: Anjungan Tunai Mandiri / <i>Automated Teller Machine</i>
HCI	: <i>Human and Computer Interaction</i>
B2B	: <i>Business to business</i>
B2C	: <i>Business to consumer</i>
C2C	: <i>Consumer to consumer</i>
O2O	: <i>Offline to online</i>
P2P	: <i>Peer to peer</i>
ROI	: <i>Return of Investment</i>

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Daftar *Website E-commerce* Berdasarkan Hasil Literatur Reviu
- Lampiran 2 : Hasil *Capture* Halaman *Home Website E-Commerce*
- Lampiran 3 : Daftar Fitur Yang Ada Pada Halaman *Home Website E-Commerce*
- Lampiran 4 : Daftar *Social Media* Sesuai Dengan *Link* Fitur Sosial Yang Ada Pada Halaman *Home Website E-Commerce*
- Lampiran 5 : Daftar Fitur *E-Commerce* Pada Platform *Social Media* Facebook
- Lampiran 6 : Daftar Fitur *E-Commerce* Pada Platform *Social Media* Twitter
- Lampiran 7 : Daftar Fitur *E-Commerce* Pada Platform *Social Media* Instagram
- Lampiran 8 : Daftar Fitur *E-Commerce* Pada Platform *Social Media* Google+
- Lampiran 9 : Daftar Fitur *E-Commerce* Pada Platform *Social Media* Youtube