

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	ii
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR ISTILAH.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	17
1.1 Latar Belakang.....	17
1.2 Rumusan Masalah.....	21
1.3 Tujuan Penelitian.....	21
1.4 Tinjauan Pustaka.....	21
1.5 Kerangka Pemikiran.....	24
1.5.1 Makna Tanggal.....	24
1.5.2 Perilaku Konsumsi Online.....	28

1.5.3 Pemasaran Online.....	30
1.6 Metode Penelitian.....	32
1.6.1 Definisi Operasional.....	33
1.6.2 Waktu Penelitian.....	33
1.6.3 Lokasi Penelitian.....	33
1.6.4 Pemilihan Responden dan Informan.....	34
1.6.5 Teknik Pengumpulan Data.....	34
BAB II PERKEMBANGAN PEMBELANJAAN DARING DI INDONESIA.....	35
2.1. Sekilas Bisnis Daring.....	35
2.2. "S".....	38
2.2.1 Sekilas "S".....	38
2.2.2 Gambaran "S".....	40
2.2.3 Fitur "S".....	42
2.2.4 Program "S".....	47
2.2.5 Jenis Pembayaran "S" dan Distribusi.....	50
BAB III PENGGUNA DAN POLA PENGGUNAAN.....	55
3.1. Profil Pengguna "S".....	55
3.2. Penguasaan Teknologi.....	60
3.3. Pola Penggunaan "S".....	66
3.3.1. Hemat.....	66
3.3.2. Praktis.....	71
3.3.3. Efisien.....	73
BAB IV PEMBELANJAAN DI "S".....	78
4.1. Kebutuhan.....	78

4.2. Keuangan.....	81
4.3. Keadaan.....	82
BAB V KESIMPULAN.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN.....	94
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA TULIS.....	102