DAFTAR ISI

DAFTAR ISI ii
DAFTAR GAMBAR x

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 6
1.3. Tujuan Penelitian 6
1.4. Manfaat Penelitian 7
1.4.1 Manfaat Teoritis 7
1.4.2 Manfaat Praktis 7
1.5 Kerangka Konseptual 8
1.5.1 Gaya Hidup 8
1.5.2 Teori Gaya Hidup 15
1.6. Metode Penelitian 19
1.6.1. Lokasi Penelitian 20
1.6.2. Teknik pemilihan informan 21
1.6.3. Teknik Pengumpulan data 23
1.6.4. Teknik Analisis Data 25

BAB II 26
GAMBARAN UMUM KAJIAN PENELITIAN 26
2.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian 26
2.2. Gambaran Umum Mahasiswa Fisip Universitas Airlangga 27
2.3. Pola Perilaku Mahasiswa Fisip Universitas Airlangga 29
2.4. Sejarah *online shop* di Indonesia 30
2.5. Online shop 32

BAB III 35
PERILAKU KONSUMTIF DALAM MEMBELI PAKAIAN MELALUI ONLINE SHOP PADA MAHASISWA FISIP UNIVERSITAS AIRLANGGA . 35
3.1. Faktor-faktor yang melatar belakangi perilaku konsumtif dalam membeli produk fashion melalui online shop 35
3.1.1. Keinginan 35
3.1.2. Kemudahan 36
3.1.3. Murah 38
3.2. Pola perilaku konsumtif dalam membeli produk fashion melalui online shop 41
3.2.1. Pengelolaan Keuangan Mahasiswa 46
3.2.2. Pemilihan Market place 48
3.3. Intensitas Berbelanja 51
3.4. Aktivitas dan Alur Belanja 54

BAB IV 68
PENUTUP 68
4.1. Kesimpulan 68
4.2. Saran 69
DAFTAR PUSTAKA 70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Alur berbelanja melalui Shopee. 55
Gambar 1.2. Memasukan barang ke dalam keranjang 56
Gambar 1.3. Produk yang akan dibeli. 57
Gambar 1.4. Proses pembayaran 57
Gambar 1.5. Status pengiriman barang 58
Gambar 1.6. Mengunjungi nindy.id 59
Gambar 1.7. Memilih produk yang akan dibeli 59
Gambar 1.8. Barang yang akan dibeli 60
Gambar 1.9. Alamat pengiriman 61
Gambar 1.10. Proses dan bukti pembayaran 62
Gambar 1.11. Parfum yang dibeli 62
Gambar 1.12. Penawaran Produk 63
Gambar 1.13. Produk yang akan dibeli 64
Gambar 1.14. Percakapan konsumen dengan pihak aio_official melalui DM 65
Gambar 1.15. Percakapan konsumen dengan pihak aio_official melalui DM 66
Gambar 1.16. Percakapan konsumen dengan pihak aio_official melalui DM 67