

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM I	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	ii
HALAMAN JUDUL DALAM II.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	viii
HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiii

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah.....	I-1
I.2 Rumusan Masalah.....	I-7
I.3 Tujuan Penelitian.....	I-7
I.4 Manfaat Penelitian	I-7
I.4.1 Manfaat Akademis	I-8
I.4.2 Manfaat Praktis	I-8
I.5 Tinjauan Pustaka.....	I-8
I.5.1 Pemanfaatan	I-8
I.5.2 Teori Use and Gratification.....	I-9
I.5.3 JD.id.....	I-18
I.5.3.1 JD.id Sebagai Media Komunikasi Pemasaran	I-19
I.6 Variabel Penelitian.....	I-20
I.6.1 Definisi Konseptual	I-21
I.6.2 Definisi Operasional	I-22

I.7 Metode dan Prosedur Penelitian.....	I-23
I.7.1 Metode/Jenis Penelitian.....	I-23
I.7.2 Lokasi Penelitian.....	I-24
I.7.3 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	I-24
I.7.3.1 Populasi.....	I-25
I.7.3.2 Sampel.....	I-25
I.7.4 Metode Pengumpulan Data.....	I-36
I.8 Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data.....	I-27
I.8.1 Teknik Pengolahan Data.....	I-27
I.8.2 Teknik Analisi Data.....	I-28

BAB II GAMBARAN UMUM

II.1 JD.id.....	II-1
II.2.1 Profil Perusahaan JD.id.....	II-1
II.2.2 Profil Pendiri JD.id.....	II-2
II.2.3 Visi dan Misi JD.id.....	II-2
II.2.4 Layanan JD.id.....	II-2
II.2.4.1 Perlindungan Konsumen.....	II-2
II.2.4.2 Pembayaran Aman.....	II-3
II.2.4.3 Respon Cepat.....	II-4
II.2.4.4 Jaminan Keaslian.....	II-4
II.2.4.5 Berbelanja Aman.....	II-5
II.2.4.6 Jasa Pengiriman.....	II-6
II.3 Tampilan Jd.id.....	II-8
II.3.1 Tampilan Website JD.id.....	II-9
II.3.2 Tampilan Aplikasi Mobile JD.id.....	II-9
II.3.3 Tampilan Akun JD.id melalui Aplikasi Mobile.....	II-10
II.3.4 Tampilan Iklan JD.id.....	II-11
II.4 Perkembangan <i>E-Commerce</i> di Surabaya.....	II-13
II.5 Potret Penggunaan <i>E-Commerce</i> di Kalangan Mahasiswa.....	II-14

BAB III TEMUAN DATA

III.1 Identitas Responden	III.1
III.2 Karakteristik Responden	III-1
III.2.1 Jenis Kelamin	III-1
III.2.2 Usia Mahasiswa	III-2
III.2.3 Fakultas	III-2
III.2.4 Angkatan	III-3
III.3 Faktor Lingkungan Sosial.....	III-4
III.3.1 Ciri Demografis	III-4
III.3.1.1 Usia Pertama Kali Responden Menggunakan Internet	III-4
III.3.1.2 Jumlah Uang Saku Perbulan.....	III-5
III.3.1.3 Pekerja Orang Tua Responden	III-6
III.3.2 Afiliasi Kelompok.....	III-6
III.3.2.1 Mengikuti Komunitas JD.id	III-6
III.3.2.2 Hal yang dilakukan Ketika Responden Mengikuti Komunitas JD.id ...	III-7
III.3.2.3 Tergabung Dalam Komunitas JD.id	III-7
III.3.2.4 Alasan Responden Bergabung Dalam Komunitas Pengguna JD.id	III-7
III.3.3 Karakteristik Kepribadian	III-8
III.3.3.1 Alasan Mengakses JD.id	III-8
III.3.3.2 Alasan Menggunakan JD.id Sebagai Media Berbelanja Online	III-9
III.3.3.3 Frekuensi Responden berbelanja Online Dalam Kurun Waktu 1 Bulan	III-9
III.4 Kebutuhan Khalayak	III-10
III.4.1 Kebutuhan Kognitif	III-10
III.4.1.1 Responden Paham Cara Berbelanja Online Melalui JD.id	III-10
III.4.1.2 Responden Memperoleh Pengetahuan Baru Melalui Berbelanja Online	III-10
III.4.1.3 Responden Memperoleh Informasi Melalui Berbelanja Online.....	III-11
III.4.2 Kebutuhan Afektif	III-12
III.4.2.1 Responden Dapat Mencari Berbagai Kategori Produk di JD.id.....	III-12
III.4.2.2 Responden Merasa Puas Berbelanja Barang di JD.id.....	III-13
III.4.2.3 Responden Merasa Kecewa Ketika Barang yang dibeli Tidak Kunjung Datang	III-13

III.4.3	Kebutuhan Integratif Personal	III-15
III.4.3.1	Responden Merasa Terdorong Untuk Berbelanja Online Ketika Tidak Memiliki Uang	III-15
III.4.3.2	Responden Membeli Barang yang Tidak Dibutuhkan.....	III-16
III.4.3.3	Responden Merasa Percaya Diri Ketika Belanja Online di JD.id	III-16
III.4.3.4	Responden Tidak Merasa Khawatir Belanja Online di JD.id	III-17
III.4.4	Kebutuhan Integratif Sosial	III-18
III.4.4.1	Responden Dapat Berkomunikasi Dengan Seller.....	III-18
III.4.4.2	Responden Dapat Berkomunikasi Dengan Sesama Konsumen JD.id ..	III-19
III.4.4.3	Responden Menggunakan JD.id Untuk Mencari Informasi Harga	III-19
III.4.4.4	Responden Menggunakan JD.id Sebagai Situs Belanja Online Terpercaya.....	III-20
III.4.5	Kebutuhan Pelepasan Ketegangan.....	III-21
III.4.5.1	Responden Mencari Tahu Produk Produk yang Terkait dengan Hobi .	III-21
III.4.5.2	Responden Berbelanja Online Untuk Menghilangkan Penat	III-21
III.4.5.3	Responden Berbelanja Online Untuk Mengisi Waktu Luang	III-22
III.5	Pemuasan Media	III-23
III.5.1	Pengawasan	III-23
III.5.1.1	Responden Mengetahui Produk Yang Sedang Ramai dibeli Dengan Mengakses JD.id.....	III-24
III.5.1.2	Responden Merasa Tertolong Dengan Berbelanja Secara Online.....	III-24
III.5.1.3	Responden Merasa Berbelanja Online Menghemat Waktu	III-25
III.5.2	Pengalihan/Hiburan.....	III-26
III.5.2.1	Responden Merasa Terhibur Ketika Berbelanja Online	III-26
III.5.2.2	Responden Merasa Dapat Mengikuti Perkembangan Harga Barang dan Jasa dengan Menggunakan JD.id.....	III-27
III.5.2.3	Responden Merasa Dapat Mengikuti Informasi tentang Fashion dan Lifestyle yang Sedang Trend dengan Mengakses JD.id	III-28
III.5.3	Identitas Individu	III-29
III.5.3.1	Responden Mengakses JD.id untuk memperoleh Informasi Terkait Produk diberbagai Negara.....	III-29

III.5.3.2 Responden Merasa Percaya Diri Memakai Produk yang Beli di JD.id	III-30
III.5.3.3 Responden Merasa Yakin dengan Informasi Produk yang diperoleh dari JD.id	III-30
III.5.4 Hubungan Sosial	III-31
III.5.4.1 Responden Dapat Berinteraksi <i>Customer Service</i>	III-32
III.5.4.2 Responden Dapat Berdiskusi Dengan <i>Seller</i>	III-32
III.5.4.3 Responden Belajar Cara Berbisnis Secara Online dari Belanja Online	III-33

BAB IV ANALISIS DATA

IV.1 Pemanfaatan <i>JD.id</i> Untuk Belanja Online Berdasarkan Karakteristiknya	IV-1
IV.2 Pertama Kali Responden Menggunakan Internet Untuk Berjejaring Sosial	IV-2
IV.3 Intensitas Responden Berbelanja Online dan Keterlibatan Uang Saku	IV-3
IV.4 Alasan Responden Menggunakan <i>JD.id</i> untuk Berbelanja Online	IV-4
IV.5 Implementasi <i>Teori Use and Gratification</i>	IV-5
IV.5.1 Lingkungan Sosial (Social Environment)	IV-5
IV.5.1.1 Karakteristik Demografis (Demographic Characteristic)	IV-5
IV.5.1.2 Kelompok Afiliasi (Group Affiliations)	IV-6
IV.5.1.3 Karakteristik Personal (Personal Characteristic)	IV-6
IV.5.2 Kebutuhan Khalayak (Individual Need)	IV-7
IV.5.2.1 Analisis Kebutuhan Kognitif (Cognitive Need)	IV-7
IV.5.2.2 Analisis Kebutuhan Afektif (Affective Need)	IV-7
IV.5.2.3 Analisis Kebutuhan Integratif Pribadi (Personal Integrative Need)	IV-8
IV.5.2.4 Analisis Kebutuhan Integratif Sosial (Social Integrative Need)	IV-9
IV.5.2.5 Analisis Kebutuhan Pelepasan Ketegangan (Escapist Need)	IV-10
IV.5.3 Sumber Pemuas Kebutuhan	IV-10
IV.5.3.1 Pengawasan (Surveillance)	IV-10
IV.5.3.2 Hiburan (Entertainment)	IV-11
IV.5.3.3 Identitas Individu (Personal Identity)	IV-12
IV.6.3.4 Hubungan Sosial (Social Relationship)	IV-13

BAB V PENUTUP

V.1 Kesimpulan.....	V-1
V.2 Saran.....	V-2

LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA