

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PERNYATAAN

KATA PENGANTAR

ABSTRAK

ABSTRACT

DAFTAR ISI.....i

DAFTAR GAMBAR.....v

DAFTAR TABEL.....vi

DAFTAR LAMPIRAN.....vii

**BAB 1 PENDAHULUAN..... 1**

1.1 Latar Belakang..... 1

1.2 Fokus Penelitian ..... 9

1.3 Tujuan Penelitian..... 9

1.4 Manfaat Penelitian..... 9

1.4.1 Manfaat Akademis..... 9

1.4.2 Manfaat Praktis..... 10

1.5 Tahapan Penelitian..... 10

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian ..... 11

1.6.1 Lokasi Penelitian ..... 11

1.6.2 Waktu Penelitian ..... 11

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... 12**

2.1 Penelitian Terdahulu..... 12

2.2 Tinjauan Teori..... 19

2.2.1 Komunikasi Massa..... 19

2.2.1.1 Karakteristik Komunikasi Massa..... 19

2.2.2 Komunikasi di *Cybermedia*..... 22

2.2.2.1 Aspek Komunikasi di *Cybermedia*..... 23

|                                       |                                                                |           |
|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.2.2.2                               | Internet dan Penggunaanya.....                                 | 23        |
| 2.2.3                                 | Transformasi Digital.....                                      | 24        |
| 2.2.4                                 | Digital Online.....                                            | 25        |
| 2.2.5                                 | Internet.....                                                  | 25        |
| 2.2.5.1                               | Teknologi dan Pemasaran Jasa.....                              | 26        |
| 2.2.5.2                               | Situs Internet dan Faktor Pertumbuhan Jasa Situs Internet..... | 26        |
| 2.2.5.3                               | Klasifikasi Bisnis Situs Interent.....                         | 27        |
| 2.2.6                                 | Perilaku Konsumen.....                                         | 28        |
| 2.2.6.1                               | Pengaruh Eksternal.....                                        | 30        |
| 2.2.6.2                               | Pengaruh Internal.....                                         | 34        |
| 2.2.6.3                               | Gaya Hidup dan Konsep Diri.....                                | 39        |
| 2.2.6.4                               | Proses Pengambilan Keputusan.....                              | 39        |
| 2.2.7                                 | Perilaku Konsumen di Era Digital.....                          | 42        |
| 2.2.7.1                               | Konsumen <i>Overconnected</i> .....                            | 42        |
| 2.2.7.2                               | Faktor-Faktor Pengaruh <i>e-Consumer Behavior</i> .....        | 43        |
| 2.2.8                                 | Komunitas Virtual.....                                         | 45        |
| 2.3                                   | Kerangka Pemikiran.....                                        | 47        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b> |                                                                | <b>48</b> |
| 3.1                                   | Paradigma Penelitian.....                                      | 48        |
| 3.2                                   | Metode Penelitian.....                                         | 49        |
| 3.3                                   | Subjek dan Objek Penelitian.....                               | 53        |
| 3.3.1                                 | Subjek Penelitian.....                                         | 53        |
| 3.3.2                                 | Objek Penelitian.....                                          | 53        |
| 3.3.2.1                               | Profil TekTok Mobile.....                                      | 54        |
| 3.3.2.2                               | Komunitas TekTok Mobile.....                                   | 60        |
| 3.4                                   | Definisi Konsep.....                                           | 61        |
| 3.5                                   | Unit Analisis.....                                             | 61        |
| 3.6                                   | Pengumpulan Data.....                                          | 62        |
| 3.6.1                                 | Data Primer.....                                               | 63        |
| 3.6.1.1                               | Wawancara.....                                                 | 63        |

|                                                    |                                              |           |
|----------------------------------------------------|----------------------------------------------|-----------|
| 3.6.2                                              | Data Sekunder.....                           | 64        |
| 3.6.2.1                                            | Observasi.....                               | 64        |
| 3.6.2.2                                            | Penelusuran Data Online.....                 | 64        |
| 3.7                                                | Teknik Analisis Data.....                    | 65        |
| 3.8                                                | Teknik Keabsahan Data.....                   | 66        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b> |                                              | <b>68</b> |
| 4.1                                                | Karakteristik Informan.....                  | 68        |
| 4.2                                                | Hasil Penelitian.....                        | 73        |
| 4.2.1                                              | Pengaruh Eksternal.....                      | 74        |
| 4.2.1.1                                            | Demografi dan Kelas Sosial.....              | 74        |
| 4.2.1.2                                            | Kelompok Acuan.....                          | 75        |
| 4.2.1.3                                            | Keluarga.....                                | 78        |
| 4.2.1.4                                            | Aktivitas Pemasaran.....                     | 80        |
| 4.2.2                                              | Pengaruh Internal.....                       | 85        |
| 4.2.2.1                                            | Persepsi.....                                | 85        |
| 4.2.2.2                                            | Pembelajaran dan Memori.....                 | 87        |
| 4.2.2.3                                            | Motivasi, Kepribadian, dan Emosi.....        | 88        |
| 4.2.2.4                                            | Sikap.....                                   | 92        |
| 4.2.3                                              | Gaya Hidup dan Konsep Diri.....              | 94        |
| 4.2.4                                              | Proses Pengambilan Keputusan.....            | 99        |
| 4.2.4.1                                            | Pengenalan Masalah.....                      | 99        |
| 4.2.4.2                                            | Pencarian Informasi.....                     | 102       |
| 4.2.4.3                                            | Evaluasi Alternatif dan Hasil Keputusan..... | 105       |
| 4.2.4.4                                            | Pembelian.....                               | 108       |
| 4.2.4.5                                            | Pasca Pembelian.....                         | 112       |
| 4.3                                                | Pembahasan.....                              | 117       |
| 4.3.1                                              | Pengaruh Eksternal.....                      | 117       |
| 4.3.1.1                                            | Demografi dan Kelas Sosial.....              | 117       |
| 4.3.1.2                                            | Kelompok Acuan.....                          | 123       |

|                                                      |            |
|------------------------------------------------------|------------|
| 4.3.1.3 Keluarga .....                               | 126        |
| 4.3.1.4 Aktivitas Pemasaran.....                     | 128        |
| 4.3.2 Pengaruh Internal.....                         | 135        |
| 4.3.2.1 Persepsi.....                                | 135        |
| 4.3.2.2 Pembelajaran dan Memori.....                 | 138        |
| 4.3.2.3 Motivasi, Kepribadian, dan Emosi .....       | 140        |
| 4.3.2.4 Sikap.....                                   | 144        |
| 4.3.3 Gaya Hidup dan Konsep Diri.....                | 147        |
| 4.3.4 Proses Pengambilan Keputusan.....              | 150        |
| 4.3.4.1 Pengenalan Masalah.....                      | 150        |
| 4.3.4.2 Pencarian Informasi.....                     | 153        |
| 4.3.4.3 Evaluasi Alternatif dan Hasil Keputusan..... | 156        |
| 4.3.4.4 Pembelian.....                               | 161        |
| 4.3.4.5 Pasca Pembelian.....                         | 196        |
| <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>                 | <b>168</b> |
| 5.1 Simpulan.....                                    | 168        |
| 5.2 Saran.....                                       | 204        |
| 5.2.1 Saran bagi TekTok Mobile.....                  | 170        |
| 5.2.2 Saran bagi Penelitian Selanjutnya.....         | 170        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                           | <b>172</b> |
| Sumber Buku.....                                     | 172        |
| Sumber Skripsi.....                                  | 173        |
| Sumber Jurnal Nasional <i>Online</i> .....           | 173        |
| Sumber Jurnal Internasional <i>Online</i> .....      | 175        |
| Sumber Internet.....                                 | 176        |
| Sumber Komunitas <i>Virtual</i> TekTok Mobile.....   | 177        |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                 | <b>178</b> |