

DAFTAR ISI

Sampul Luar	
Sampul Dalam	i
Persetujuan Pembimbing	ii
Pengesahan	iii
Pernyataan Keaslian	iv
Motto	v
Kata Pengantar	vi
Lembar Persembahan	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	xii
Daftar Tabel	xiii
Abstrak	xiv
Abstract	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
a. Latar Belakang	1
b. Tujuan	4
c. Rumusan Masalah	4
d. Batasan Masalah	5
e. Manfaat Penelitian	6
f. Tinjauan Pustaka	6
g. Kerangka Teori	7

h. Fokus Penelitian	8
i. Metodologi Penelitian	8
1. Paradigma Penelitian : <i>Fenomenologi Deskriptif</i> Kualitatif	8
2. Fokus Penelitian : Kecenderungan Generasi <i>Millennial</i> Belanja <i>Online</i>	8
3. Objek Penelitian	9
4. Teknik Pengumpulan Data	9
a. Observasi	9
b. Wawancara	9
c. Dokumentasi	10
5. Teknik Analisa Data	10
a. Kategori dan Reduksi Data	11
b. Sajian Data	11
6. Uji Validitas dan Reliabilitas	12
7. Teknik Penyajian Data	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
a. TINJAUAN UMUM <i>FENOMENOLOGI</i>	14
1. Pengertian <i>Fenomenologi</i>	14
2. <i>Fenomenologi Analysis deskriptif</i>	15
b. GENERASI <i>MILLENIAL</i>	17
c. MEDIA SOSIAL INSTAGRAM	19
1. Pengertian dan Aspek Media Sosial	19
2. Pengertian Umum Instagram	21

3. Sejarah Instagram	23
4. Kelebihan dan Kekurangan Instagram	26
<i>d. ONLINE SHOPPING</i>	26
1. Pengertian <i>Online Shop</i>	27
2. Motif Belanja	27
<i>e. PERILAKU KONSUMEN</i>	28
1. Definisi Perilaku Konsumen	28
2. Intensi Kepuasan Konsumen	30
3. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Pelanggan	30
BAB III OBJEK PENELITIAN	35
a. INSTAGRAM @NUTBEISHOP	35
b. Faktor-faktor yang Memengaruhi Instagram @nutbeishop	35
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	46
a. Ruang Media : Fenomena Visualisasi Fashion yang Dipopulerkan oleh Akun Instagram @nutbeishop	46
b. Faktor-faktor yang Melatarbelakangi Transaksi Belanja <i>Online</i> pada akun @nutbeishop	57
BAB V PENUTUP	69
a. Kesimpulan	69
b. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN-LAMPIRAN	74