

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Identifikasi Masalah.....	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Waktu Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Kajian Pustaka.....	14
2.1.1 Komunikasi	14
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	16
2.1.3 Perilaku Konsumtif	18
2.1.4 Media Sosial.....	20
2.1.5 Instagram.....	21
2.1.6 Konten <i>Review</i>	23
2.1.7 <i>Influencer</i>	23
2.1.8 Beauty Influencer	25
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Paradigma Penelitian.....	47
3.2 Metode Penelitian.....	47
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	49

3.3.1 Subjek Penelitian.....	49
3.3.2 Objek Penelitian.....	49
3.4 Informan Penelitian.....	49
3.5 Unit Analisis Penelitian.....	51
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.6.1 Wawancara.....	51
3.6.2 Dokumentasi.....	52
3.6.3 Studi Kepustakaan.....	53
3.7 Teknik Analisis Data.....	53
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Karakteristik Informan.....	56
4.1.1 Profil Informan.....	57
4.2 Hasil Penelitian.....	58
4.2.1 Aspek Perilaku Konsumtif.....	59
4.2.1.1 Pembelian impulsif, (<i>Impulsive Buying</i>).....	59
4.2.1.2 Pemborosan (<i>Wasteful Buying</i>).....	69
4.2.1.3 Pembelian Tidak Rasional (<i>Non-Rational Buying</i>).....	74
4.3 Pembahasan.....	83
4.3.1 Aspek Perilaku Konsumtif.....	83
4.3.1.1 Pembelian Impulsif.....	83
4.3.1.2 Pemborosan.....	86
4.3.1.3 Pembelian Tidak Rasional.....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	100