

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	6
E. Kerangka Berpikir.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Penelitian Terdahulu	8
B. Perilaku Konsumtif	10
1. Pengertian Perilaku Konsumtif.....	10
2. Faktor Pendorong Perilaku Konsumtif.....	11
3. Indikator Perilaku Konsumtif.....	13
4. Dampak Perilaku Konsumtif	14
5. Teori Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard	16

C. Belanja <i>Online</i>	21
1. Pengertian Belanja <i>Online</i>	21
2. Promosi Belanja <i>Online</i>	22
3. Faktor Pendorong Belanja <i>Online</i>	24
D. Santri	25
E. Perilaku Konsumtif Perspektif Islam	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
A. Pendekatan dan Metode Penelitian	28
B. Jenis dan Sumber Data	28
C. Teknik Pengumpulan Data.....	29
D. Teknik Analisis Data.....	31
E. Tempat dan Waktu Penelitian	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	33
A. Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	33
1. Sejarah Singkat Pondok Pesantren Al-Musyahadah Cibiru	33
2. Letak Geografis Pondok Pesantren Al-Musyahadah Cibiru	35
3. Visi dan Misi Pondok Pesantren Al-Musyahadah Cibiru.....	36
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	36
1. Bentuk Perilaku Konsumtif dalam Event Hari Belanja <i>Online</i> Nasional (Harbolnas).....	36
2. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Dalam Event Hari Belanja <i>Online</i> Nasional (Harbolnas).....	44
3. Dampak Perilaku Konsumtif Dalam Event Hari Belanja <i>Online</i> Nasional (Harbolnas).....	55

4. Analisis Perilaku Konsumtif Dalam <i>Event</i> Hari Belanja <i>Online</i> Nasional Di Kalangan Pondok Pesantren Al-Musyhadah Dalam Teori Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard.....	71
BAB V PENUTUP.....	72
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN	

