

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Kegunaan & Manfaat Penelitian	6
F. Kerangka Pemikiran.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Hasil Penelitian Terdahulu	9
B. <i>Grand Theory, Middle Theory, Applied Theory</i>	13
1. Teori Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard	13
2. <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WoM).....	15
3. Media Sosial TikTok	17
4. Perilaku Konsumtif	21
5. Fesyen Merek Lokal.....	23
C. Hipotesis.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Objek Penelitian	27
B. Pendekatan dan Metode Penelitian	27
C. Jenis dan Sumber Data Penelitian	27
D. Teknik Pengumpulan Data	28
E. Populasi dan Sampel	29
F. Operasionalisasi Variabel Penelitian	33

G. Analisis Uji Instrumen	36
H. Hasil Analisis Penelitian	37
I. Tempat dan Waktu Penelitian.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Kondisi Objektif Lokasi Penelitian.....	42
B. Pembahasan Hasil Penelitian	48
C. Analisis dan Pengolahan Data Penelitian.....	53
C. Pengujian Hipotesis.....	95
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	97
B. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

