

DAFTAR PUSTAKA

- Aginta, Medhy. 2012. *Menggugat Modernisme: Menggali Rentang Pemikiran Postmodernisme Jean Baudrillard*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Antow, Angelina F.T. 2016. Pengaruh Layanan Online Shop terhadap Konsumerisme Siswa SMAN 9 Manado. *E-journal Acta Diurna* Vol. V. No. 3 Tahun 2016.
- Ayu, Ariestya. Pemanfaatan Media Sosial untuk Jual Beli Online di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya melalui Instagram. Surabaya: Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga. (online) Diakses pada tanggal 2 Juni 2018.
- Arsyad, Hafidh. 2018. Praktik Keurangan pada *E-commerce to Customer* di Situs Olx.co.id. *Jurnal Sistem Informasi Manajemen* Vol. 2.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Baudrillard, Jean. 2013. *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Bungin, Burhan. 2009. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Damsar, MA, 2002. *Sosiologi Ekonomi*, Jakarta: PT RajaGrafindo.
- Faida, Rahma Eliya. 2015. Sensor Internet dan *Securitization* di Era *Cyberwarefare*: Studi Kasus Tiongkok. *Cakra Global Studies*, Universitas Airlangga. Surabaya: *Jurnal Hubungan Internasional*, Tahun 8 No 1. Januari-Juni 2015.
- Gaya Hidup Digital Dan Perubahan Sosial
2018.(Online) <http://Perdیمانurungstimkpringsewu.wordpress.com/category/gaya-hidup> diakses pada tgl 05 Januari 2018
- Herningtyas, Ratih. 2007. Internet dan Demokrasi: Peluang atau Ancaman?. *Laboratorium Ilmu Hubungan Internasional, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta: Jurnal Hubungan Internasional*. Volume III NO 1, Agustus 2007.
- Irwantoko, Didit Agus. 2012. Dikutip dari Apriyanti “Pengaruh Strategi Promotion Mix dalam Meningkatkan Penjualan secara Online di Kalangan Remaja Kota Madiun. *Jurnal Ekomaks* Vol. 3 No. 2 September 2014. (online) www.belanja-online.co.id. Diakses pada tanggal 04 Mei 2018.

r, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.

pasiana.com. Taksi Konvensional vs Online Fenomena Perubahan Sosial. 2016. (Online) <http://Kompasiana.com/famajiid/taksi-konvensional-vs->



online-fenomena-perubahan-sosial_56f147178f7a6182090c8281 diakses pada tgl 05 Januari 2018.

Nursamsam. 2014. Fenomena Belanja Online di Kalangan Mahasiswa (Kajian Sosiologis terhadap Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unhas). Makassar: Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

Ngafifi, Muhammad. 2014. Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia dalam Perspektif Sosial Budaya. Jurnal Pembangunan dan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi.

Nugroho, Roman Satrio. 2015. Pengaruh Harga, Iklan, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kartu Selular Indosat Mentari. Naskah Publikasi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta.

Noor, Juliansyah (2011). *Metodologi Penelitian; Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.

News Detik.com. Gerbang Tol Tak Layani Transaksi Tunai. 2017. (Online) <http://News.detik.com/berita/d-3505640/seluruh-gerbang-tol-tak-layani-transaksi-tunai-mulai-oktober-2017> diakses pada tgl 05 Januari 2018.

Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

MyBigMall. 2016. Sejarah dan Perkembangan Online Shop. (online) <http://www.mybigmall.online/category/sejarah-belanja-online>. Diakses pada tanggal 24 April 2018.

Merdeka.com. BPS akui Pola Konsumsi Masyarakat mulai Beralih ke Online. 2017. <http://Merdeka.com/uang/bps-akui-pola-konsumsi-masyarakat-mulai-beralih-ke-online.html> diakses pada tgl 05 Januari 2018.

Martono, Nanang. 2014. *Sosiologi Perubahan Sosial: Perspektif Klasik, Modern, Postmodern, dan Psikolonial*. Jakarta: Rajawali Pers.

Miles, M.B. and A.M. Huberman (1984), *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods*, Sage Publications, USA. Solomon, Michael R. (Terjemahan). (online) https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-319-13084-2_39.pdf. Diakses pada tanggal 23 Mei 2018.

Pratiwi, Haning Dwi. Online Shop sebagai Cara Belanja di Kalangan Mahasiswa Unnes. (online) lib.unnes.ac.id/18067/1/3401409050.pdf. Diakses pada tanggal 23 Mei 2018.

Pratiwi, Arianta Ayu. 2011. Pemanfaatan Media Sosial untuk Jual Beli Online di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya melalui Instagram. *Jurnal AntroUnair.net*, Vol. II/No.5/Juni2011.



- Ritzer, George. 2013. *Sosiologi Ilmu Berparadigma Ganda*. Yogyakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV.Afabeta.
- Sudaryono (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali.
- Suharfin, Putriana. 2018. Analisis Faktor yang Mendorong Belanja Online pada Mahasiswa di Kota Medan. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatra Utara, Medan.
- Soekanto, Soerjono. 2012. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sari, Chacha Andira. 2015. Perilaku Berbelanja Online di Kalangan Mahasiswa Antropologi Universitas Airlangga. *Jurnal AntroUnair.net*, Vol. IV/No.2/Juli2015.
- Sejarah Universitas Hasanuddin dan Departemen Sosiologi FISIP Unhas. (online) www.unhas.ac.id-www.unhas.ac.id/fisip/sosiologi. Diakses pada tanggal 07 Agustus 2018.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Survei Internet APJII 2016. (online) <https://apjii.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2016>. diakses pada tanggal 03 April 2018.
- Sztompka. Piotr. 2010. *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: Prenada
- Sugiyono. 2007. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sulistiawati, Agnes Dwita dan Fr, Dewi Apriani. 2018. Dampak Perilaku Konsumen terhadap Penggunaan Akses Situs Online Shop (Studi Kasus pada Mahasiswa di Universitas Pncasakti Tegal). *CAPITAL*, Volume 1, Nomor 2, Maret 2018.
- Suyanto, M. 2004. *Analisis & Desain Aplikasi Multimedia untuk Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Suyanto, Bagong. 2014. *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*. Jakarta: Kharisma Putra Utama.
- Tribunnews.com. Pergeseran Perdagangan Offline ke Online. 2017. (Online) <http://Tribunnews.com/bisnis/2017/09/20/presiden-jokowi-ada-pergeseran-perdagangan-offline-ke-online> diakses pada tgl 05 Januari 2018



Penyusun Pedoman Penulisan Skripsi dan Buku Konsultasi. 2014. *Pedoman Penulisan Skripsi dan Buku Konsultasi*. Makassar. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

Thohiroh, Anisa Qodril. Perilaku Konsumtif melalui Online Shop Fashion pada Mahasiswa pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Naskah Publikasi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Vredembregt, J. 1978, Metode dan Teknik Penelitian Masyarakat, Jakarta: Gramedia.



LAMPIRAN



Lampiran 1. Biodata Peneliti

BIODATA

Identitas Diri

Nama : Muhammad Yunus
Tempat, Tanggal Lahir : Pinrang, 01 April 1996
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat Rumah : Jln. A. Abdullah No. 19,
Kec. Watang Sawitto,
Kab. Pinrang
Alamat Makassar : Jln. Borong RayaII No. 14.
Telpon Rumah dan HP : 085256662228
Alamat E-mail : yunusmuh69@gmail.com



Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal
2002-2008 : SDN 3 PINRANG
2008-2011 : SMPN4 PINRANG
2011-2014 : SMAN 3 PINRANG
2014-Sekarang : S1 Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin Makassar

Riwayat Organisasi

Pengurus KEMASOS Periode 2016/2017 Biro Informasi dan Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

Demikian biodata ini dibuat dengan sebenarnya.

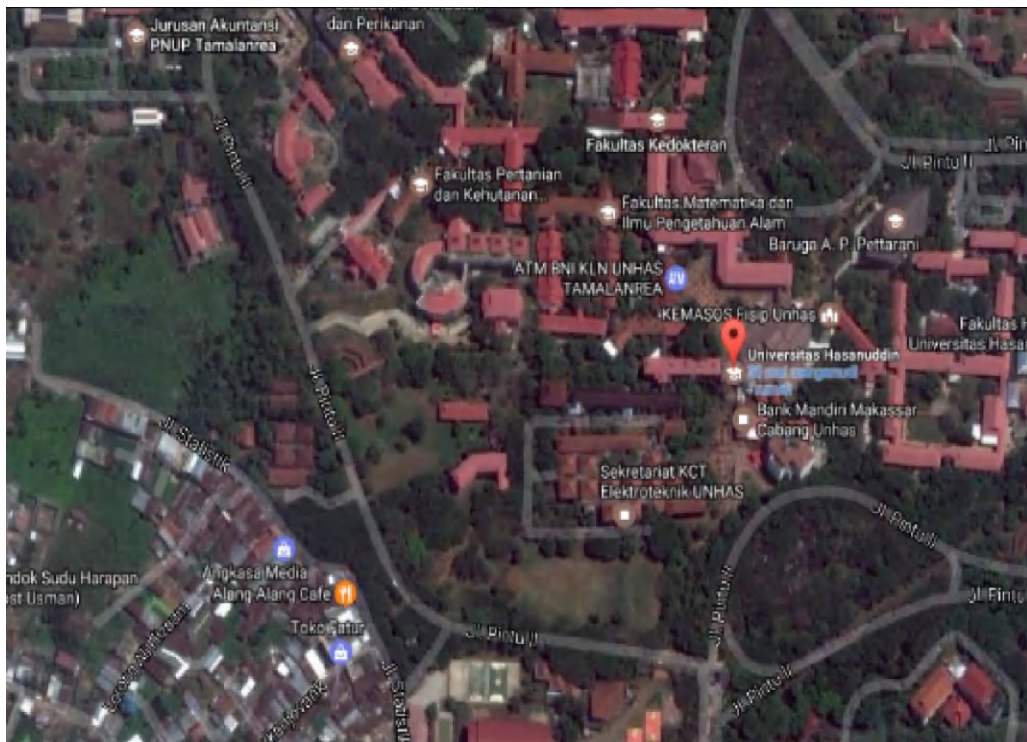
Makassar, 21 November 2018

Muhammad Yunus



Lampiran 2. Peta Lokasi Penelitian

PETA LOKASI PENELITIAN



Sumber: Google.com



Lampiran 3. Daftar Pertanyaan Penelitian

PEDOMAN WAWANCARA

1. Identitas Subjek Penelitian

Nama :
TTL :
Alamat Asal :
Alamat Makassar :
Umur :
Jenis Kelamin : Perempuan/Laki—laki
Semester :

2. Daftar Pertanyaan

Rumusan masalah pertama: Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi mahasiswa memilih belanja di toko *online* dengan secara konvensional

1. Sejak kapan anda menggunakan *online shop* ?
2. Mengapa anda beralih ke *online shop* ?
3. Mengapa anda lebih memilih *online shop* dibanding belanja secara langsung ?
4. Apa daya tarik *online shop* menurut anda ?
5. Apa saja kelebihan *online shop* ? dan ada tidak kelemahannya ?
6. Apakah anda melakukan transaksi *online shop* atas dasar kesadaran sendiri atau dipengaruhi hal lain diluar diri, misal : trend di antara kelompok, lingkungan, dll.
7. Menurut anda hal apa yang paling mendorong anda untuk melakukan transaksi secara *online* ?
8. Apakah anda beralih ke *online shop* semata-mata karena memudahkan dalam berbelanja atau juga menunjang tingkat konsumsi anda ?
9. Menurut anda apakah latar belakang ekonomi atau besar uang saku harian/bulanan mempengaruhi tingkat konsumsi anda ?
10. Berapa persen uang saku anda gunakan untuk belanja *online* ?

Rumusan masalah kedua: Dampak pergeseran pola belanja

ari toko konvensional ke toko *online*

1. Setelah adanya *online shop*, apakah konsumsi anda meningkat ?
2. Apa yang menyebabkan konsumsi anda meningkat setelah mengenal belanja *online* ?



3. Jenis barang apa yang paling sering anda konsumsi melalui *online shop* ?
4. Berapa kali anda melakukan transaksi *online* dalam seminggu/sebulan?
5. Apakah rutin setiap minggu/bulan bahkan hari ?
6. Menurut anda, apakah *online shop* mengganggu komunikasi anda dilingkungan sekitar ? contoh : anda lebih sibuk memilah barang yang akan anda beli dibanding berinteraksi dengan lingkungan.
7. Bagaimana perubahan tingkat pengeluaran anda sejak melakukan transaksi secara *online* ?
8. Menurut anda, apakah kehadiran *online shop* sedikit banyak memengaruhi psikologis anda ? dalam hal ini keinginan untuk terus berbelanja.
9. Menurut anda, apakah tingkat konsumsi anda masih dalam batas wajar seorang mahasiswa atau telah melampaui batas ?



Lampiran 4. Dokumentasi Penelitian



Gambar 1. Aktivitas penggunaan *wifi* di Departemen Sosiologi



Gambar 2. Informan Penelitian





Gambar 3. Informan Penelitian



Gambar 4. Informan Penelitian





Gambar 5. Informan Penelitian



Gambar 6. Informan Penelitian

