

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan penelitian	10
1.4. Manfaat penelitian.....	11
1.4.1. Manfaat Teoritis	11
1.4.2. Manfaat Praktis	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	13
2.1. Kajian Relevan	13
2.1.1 Pesona perempuan.....	13
2.1.2 Figur perempuan	15
2.1.3 Perempuan sebagai strategi pemasaran	18
2.2 Landasan Teori	20
2.2.1. Teori Kapitalisme Gender Nancy Fraser	20
2.3. Kerangka konsep	22
2.3.1. Figur perempuan	22
2.3.2. Strategi	23
2.3.3. Konsumen.....	24
2.4. Kerangka berfikir	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Jenis Penelitian	28
3.2. Lokasi Penelitian	29
3.3. Informan Penelitian	30
3.4. Teknik Pengumpulan Data	31
3.4.1. Observasi Partisipan.....	31

3.4.2. Wawancara mendalam.....	33
3.4.3. Dokumentasi.....	34
3.4.4. Field Notes atau Catatan Lapangan.....	35
3.5. Teknik Analisis Data	42
3.5.1. Analisis Domain	42
3.5.2. Analisis Taksonomi	44
3.5.3. Analisis Kompensional.....	46
Tabel 3.2 Lembar kerja analisis kompensional.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1. Gambaran umum lokasi penelitian.....	48
4.1.1. Kondisi Geografi.....	48
4.2. Latarbelakang Perempuan sebagai Objek Daya Tarik Penjualan Produk. .	58
4.3. Pesona Figur Perempuan sebagai Strategi dalam Menarik Pembelian Konsumen.	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
5.1. Kesimpulan.....	80
5.2. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	86