

## DAFTAR ISI

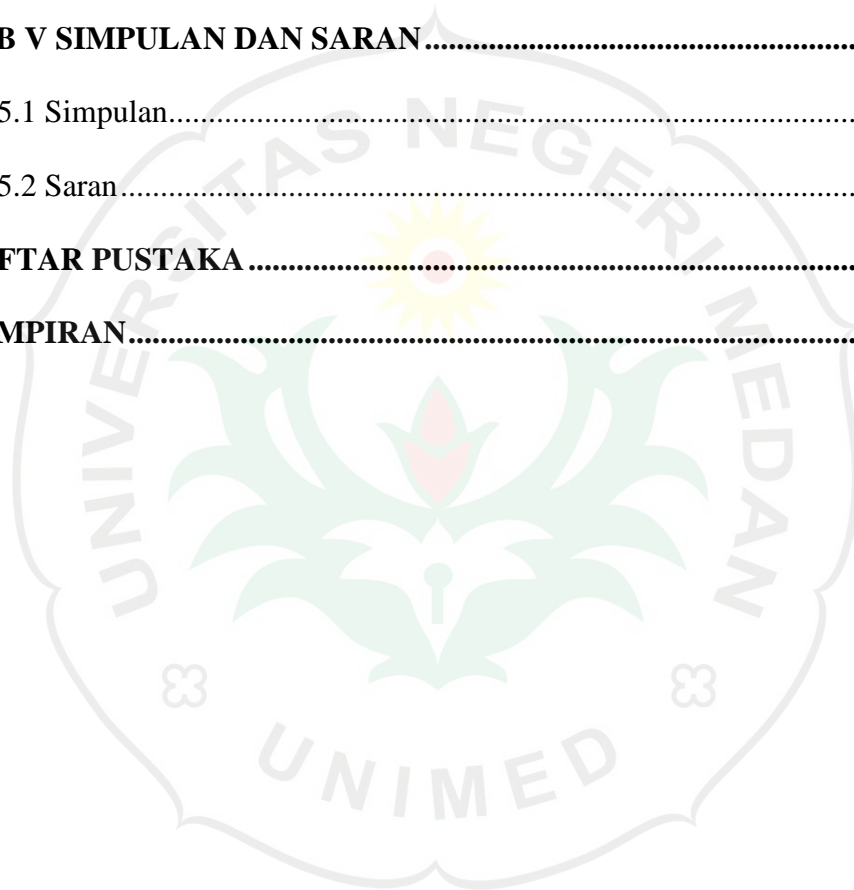
	<b>Halaman</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Pembatasan Masalah .....	6
1.4 Rumusan Masalah .....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Kerangka Teoritis .....	9
2.1.1 Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	9
2.1.1.1 Pengertian Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	9
2.1.1.2 Jenis Media Sosial.....	12
2.1.1.3 Manfaat Media Sosial .....	14
2.1.1.4 Aspek Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	17

2.1.2 Dukungan Teman Sebaya .....	19
2.1.2.1 Pengertian Dukungan Teman Sebaya .....	19
2.1.2.2 Aspek – Aspek Teman Sebaya.....	21
2.1.2.3 Fungsi Teman Sebaya.....	23
2.1.2.4 Jenis-Jenis Kelompok Sebaya.....	24
2.1.3 Perilaku Konsumtif .....	27
2.1.3.1 Pengertian Perilaku .....	27
2.1.3.2 Pengertian Perilaku Konsumtif .....	28
2.1.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif.....	29
2.1.3.4 Indikator Perilaku Konsumtif.....	33
2.2 Penelitian Relevan.....	35
2.3 Kerangka Berpikir .....	37
2.4 Hipotesis Penelitian.....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	41
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....	41
3.2.1 Populasi.....	41
3.2.2 Sampel.....	42
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	43
3.3.1 Variabel Penelitian .....	43
3.3.2 Definisi Operasional.....	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.4.1 Observasi.....	45

3.4.2	Angket/Kusioner .....	45
3.5	Uji Instrumen Penelitian .....	47
3.5.1	Uji Validitas Angket .....	47
3.5.2	Uji Reliabilitas Angket.....	48
3.6	Uji Asumsi Klasik.....	50
3.6.1	Uji Normalitas Data .....	50
3.6.2	Uji Linearitas.....	51
3.7	Teknik Analisis Data.....	51
3.7.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
3.8	Uji Hipotesis .....	52
3.8.1	Uji Parsial (Uji t).....	52
3.8.2	Uji Simultan (Uji F) .....	53
3.9	Koefisien Determinasi.....	54
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>55</b>
4.1	Deskripsi Hasil Penelitian.....	55
4.2	Pengujian Instrumen Penelitian.....	55
4.2.1	Uji Validitas dan Reabilitas Angket.....	55
4.2.1.1	Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	55
4.2.1.2	Dukungan Teman Sebaya .....	57
4.2.1.3	Perilaku Konsumtif .....	59
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	61
4.3.1	Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	62

4.3.1.1	Tingkat Kecenderungan Variabel Intensitas Penggunaan	
	Media Sosial.....	67
4.3.2	Dukungan Teman Sebaya .....	69
4.3.2.1	Tingkat Kecenderungan Variabel Dukungan Teman	
	Sebaya.....	75
4.3.3	Perilaku Konsumtif .....	77
4.3.3.1	Tingkat Kecenderungan Variabel Perilaku Konsumtif.....	82
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	84
4.4.1	Hasil Uji Normalitas .....	84
4.4.2	Uji Linearitas.....	85
4.4.3	Uji Multikolinearitas .....	87
4.5	Analisis Data .....	88
4.5.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	88
4.6	Pengujian Hipotesis.....	90
4.6.1	Uji Hipotesis Parsial (Uji-t) .....	90
4.6.2	Uji Hipotesis Secara Simultan .....	92
4.6.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	93
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian .....	94
4.7.1	Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial ( $X_1$ ) terhadap	
	Perilaku Konsumtif .....	94
4.7.2	Pengaruh Dukungan Teman Sebaya ( $X_2$ ) terhadap Perilaku	
	Konsumtif.....	96

4.7.3 Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Dukungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif.....	97
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>99</b>
5.1 Simpulan.....	99
5.2 Saran.....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>102</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>106</b>



THE  
*Character Building*  
UNIVERSITY