

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	9
1.3 Pembatasan Masalah .....	9
1.4 Rumusan Masalah .....	10
1.5 Tujuan Penelitian .....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kerangka Teoritis .....	12
2.1.1 Perilaku Konsumtif .....	12
2.1.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif.....	12
2.1.1.2 Aspek-aspek Perilaku Konsumtif .....	14
2.1.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif...	14
2.1.1.4 Indikator Perilaku Konsumtif .....	16
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	18
2.1.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen .....	18
2.1.2.2 Mata Kuliah Perilaku Konsumen.....	19
2.1.2.3 Manfaat Mempelajari Perilaku Konsumen .....	21
2.1.3 Promosi Online .....	22

2.1.3.1 Pengertian Promosi .....	22
2.1.3.2 Pengertian Promosi Online.....	24
2.1.3.3 Indikator Promosi Online .....	26
2.2 Penelitian yang Relevan .....	27
2.3 Kerangka Berpikir .....	30
2.4 Hipotesis .....	33

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	34
3.1.1 Lokasi Penelitian .....	34
3.1.2 Waktu Penelitian.....	34
3.2 Populasi dan Sampel .....	34
3.2.1 Populasi Penelitian.....	34
3.2.2 Sampel Penelitian .....	35
3.3 Variabel Penelitian .....	35
3.4 Definisi Operasional.....	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.5.1 Teknik Observasi.....	38
3.5.2 Teknik Angket.....	38
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	40
3.6.1 Uji Validitas Angket .....	40
3.6.2 Uji Reliabilitas Angket .....	41
3.7 Teknik Analisis Data.....	42
3.7.1 Uji Prasyarat Analisis Data .....	42
3.7.1.1 Uji Normalitas .....	42
3.7.1.2 Uji Linearitas .....	42
3.7.1.3 Uji Multikolinearitas .....	43
3.7.1.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	44
3.7.1.5 Uji Hipotesis.....	45
1. Uji Parsial (Uji-t).....	45
2. Uji Simultan (Uji-f) .....	46

3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian .....	49
4.1.1 Validitas dan Reliabilitas Angket Promosi Online .....	49
4.1.2 Validitas dan Relibilitas Angket Perilaku Konsumtif.....	51
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian .....	53
4.1.3.1 Mata Kuliah Perilaku Konsumen.....	53
4.1.3.2 Promosi Online .....	60
4.1.3.3 Perilaku Konsumtif .....	64
4.2 Uji Asumsi Klasik .....	68
4.2.1 Uji Normalitas .....	68
4.2.2 Uji Linearitas .....	69
4.2.3 Uji Multikolinearitas .....	71
4.3 Hasil Analisis Data .....	72
4.3.1 Hasil Regresi Linear Berganda.....	72
4.4 Uji Hipotesis.....	74
4.4.1 Pengujian Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	74
4.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	76
4.4.3 Pengujian Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	77
4.5 Pembahasan.....	78
4.5.1 Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Perilaku Konsumtif.....	78
4.5.2 Pengaruh Promosi Online Terhadap Perilaku Konsumtif.....	80
4.5.3 Pengaruh Perilaku Konsumen dan Promosi Online Terhadap Perilaku Konsumtif .....	82
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	84
5.2 Saran.....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>89</b>