

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	17
1.3 Batasan Masalah.....	18
1.4 Rumusan Masalah	19
1.5 Tujuan Penelitian.....	19
1.6 Manfaat Penelitian.....	20
BAB II KAJIAN PUSTAKA	21
2.1 Kajian Teori.....	21
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen (<i>Consumer Behavior Theory</i>)	21
2.1.2 Perilaku Konsumtif.....	24
2.1.3 Penggunaan Media Sosial.....	32
2.1.4 Lingkungan Teman Sebaya	36
2.2 Penelitian yang Relevan	40
2.3 Kerangka Berpikir	44
2.4 Hipotesis Penelitian.....	46
BAB III METODE PENELITIAN	48

3.1	Jenis Penelitian.....	48
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	48
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	48
3.3.1	Populasi Penelitian.....	48
3.3.2	Sampel Penelitian.....	49
3.4	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	49
3.4.1	Variabel Penelitian.....	49
3.4.2	Definisi Operasional	50
3.5	Teknik Pengumpulan Data	51
3.5.1	Observasi.....	52
3.5.2	Dokumentasi	52
3.5.3	Angket atau Kuesioner.....	53
3.6	Instrumen Penelitian.....	56
3.6.1	Uji Validitas	57
3.6.2	Uji Reliabilitas	58
3.7	Uji Asumsi Klasik	58
3.7.1	Uji Normalitas.....	58
3.7.2	Uji Linearitas	59
3.7.3	Uji Multikolinearitas.....	60
3.8	Teknik Analisis Data	60
3.8.1	Statistik Deskripsi Variabel Penelitian.....	61
3.8.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	62
3.8.3	Uji Hipotesis	63
3.8.3.1	Uji t (Parsial).....	63
3.8.3.2	Uji F (Simultan).....	64
3.8.3.3	Uji Koefisien Determinasi	64
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	66
4.1	Deskripsi Hasil Penelitian	66
4.1.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Penggunaan Media Sosial (X ₁).....	67

4.1.2	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Lingkungan Teman Sebaya (X2).....	68
4.1.3	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Perilaku Konsumtif (Y)	70
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian	71
4.2.1	Deskripsi Variabel Penggunaan Media Sosial (X ₁)	71
4.2.2	Deskripsi Variabel Lingkungan Teman Sebaya (X2)	73
4.2.3	Deskripsi Variabel Perilaku Konsumtif (Y).....	75
4.3	Uji Asumsi Klasik	77
4.3.1	Uji Normalitas.....	77
4.3.2	Uji Linearitas	79
4.3.3	Uji Multikolinearitas	81
4.4	Analisis Data	82
4.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	82
4.4.2	Uji Hipotesis	84
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	87
4.5.1	Pengaruh Penggunaan Media Sosial (X ₁) terhadap Perilaku Konsumtif (Y).....	87
4.5.2	Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) .	89
4.5.3	Pengaruh Penggunaan Media Sosial (X1) dan Lingkungan Teman Sebaya (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)	91
	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1	Kesimpulan.....	92
5.2	Saran.....	92
	DAFTAR PUSTAKA	94