

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Secara Teoritis	8
1.4.2 Secara Praktis.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Kajian Pustaka.....	9
2.1.1 Penelitian Relevan.....	9
2.1.2 Landasan Teori	11
2.2 Kerangka Teori.....	14
2.2.1 Media Sosial	14
2.2.2 Aplikasi TikTok.....	16
2.2.3 Perilaku Konsumtif.....	20
2.2.4 Hubungan Media Sosial dengan Gaya Hidup (<i>Tren Fashion</i> dan <i>Tren Make Up</i> mempengaruhi Perilaku Konsumtif).....	25
2.3 Hipotesis Penelitian.....	29
2.4 Kerangka Berpikir	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Pendekatan Penelitian	31
3.2 Lokasi Penelitian	32
3.3 Populasi dan Sampel	32
3.3.1 Populasi Penelitian.....	32
3.3.2 Sampel Penelitian	32
3.4 Definisi Operasional.....	33
3.5 Instrumen Pengumpulan Data	34
3.6 Teknik Analisis Data	35
3.6.1 Uji Instrumen Penelitian.....	35
3.6.2 Uji Validitas.....	35
3.6.3 Uji Reabilitas	37
3.6.4 Analisis Regresi Linier Sederhana	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	41
4.2 Analisis Statistik Deskriptif Data Penelitian	46
4.2.3 Perilaku Konsumtif pada Kalangan Mahasiswa	48
4.3 Pengujian Instrumen.....	51
4.3.1 Uji Normalitas	51
4.3.2 Uji Linearitas	52

4.3.3 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	53
4.4 Uji T (hipotesis)	54
4.5 Pembahasan.....	55
4.6 Inovasi dan Kontribusi Penelitian	57
BAB V PENUTUP.....	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN.....	64