

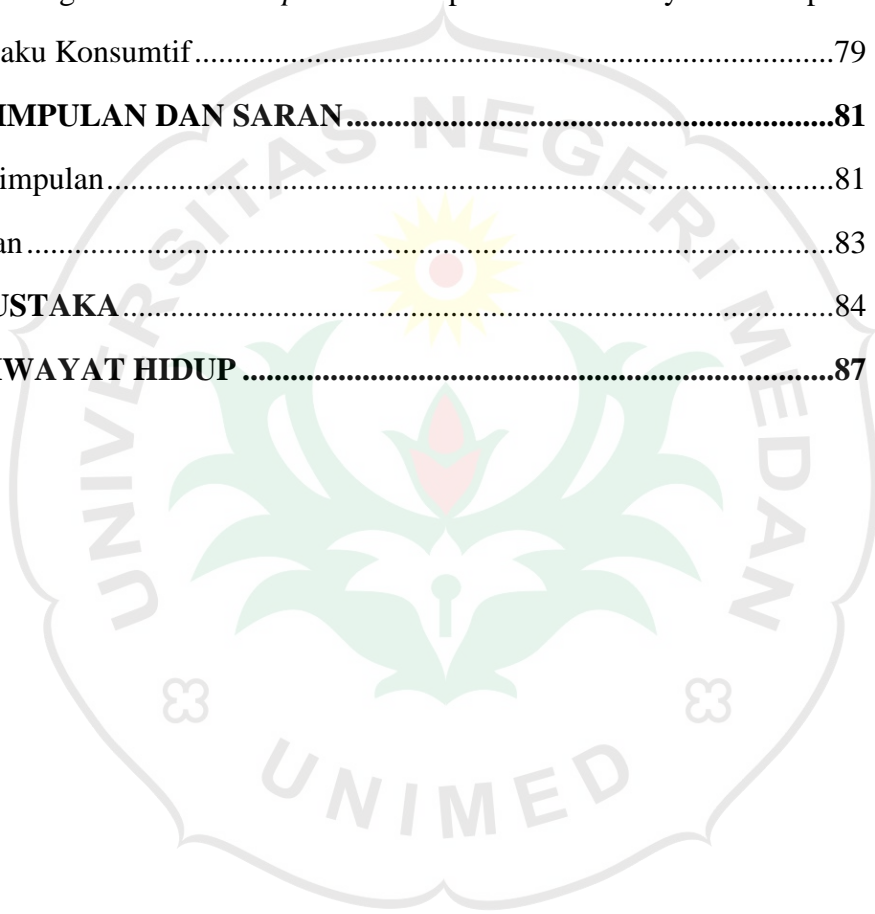
DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah.....	11
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1 Kerangka Teoritis.....	13
2.1.1 Perilaku Konsumtif	13
2.1.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif	13
2.1.1.2 Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif	14
2.1.1.3 Indikator Perilaku Konsumtif	17
2.1.2 <i>Online Shop</i>	18
2.1.2.1 Pengertian <i>Online Shop</i>	18
2.1.2.2 Media Sosial Instagram.....	19
2.1.2.2.1. Pengertian Media Sosial	19
2.1.2.2.2. Pengertian Instagram	20
2.1.2.2.3. Fungsi Instagram.....	21

2.1.2.3. <i>Online Shop</i> di Instagram.....	21
2.1.2.4. Indikator <i>Online Shop</i>	22
2.1.3 Kelompok Teman Sebaya	22
2.1.3.1 Pengertian Teman Sebaya.....	22
2.1.3.2 Fungsi Teman Sebaya.....	24
2.1.3.3 Pengaruh Teman Sebaya.....	24
2.2 Penelitian yang Relevan.....	26
2.3 Kerangka Berfikir	29
2.4 Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Desain Penelitian	32
3.2 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	32
3.3 Populasi dan Sampel	32
3.3.1 Populasi.....	32
3.3.2 Sampel.....	33
3.4 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional	34
3.4.1 Variabel Penelitian.....	34
3.4.2 Defenisi Operasional.....	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.6 Instrumen Penelitian	39
3.6.1 Uji Validitas.....	39
3.6.2 Uji Reliabilitas	40
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.7.1 Uji Normalitas.....	42
3.7.2 Uji Linearitas	42
3.7.3 Uji Multikolinearitas.....	43
3.8 Teknik Analisis Data.....	43

3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
3.8.2 Uji Hipotesis.....	44
3.8.2.1 Uji Parsial (Uji-t).....	44
3.8.2.2 Uji Simultan (Uji-F).....	45
3.8.3 Koefesien Determinasi (R^2).....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Hasil Penelitian.....	47
4.1.1 Deskripsi Hasil Penelitian.....	47
4.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	48
4.1.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Online Shop</i>	48
4.1.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Kelompok Teman Sebaya.....	50
4.1.2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Perilaku Konsumtif.....	53
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	55
4.1.3.1 Variabel <i>Online Shop</i>	56
4.1.3.2 Variabel Kelompok Teman Sebaya.....	59
4.1.3.3 Variabel Perilaku Konsumtif.....	62
4.1.4 Uji Asumsi Klasik.....	65
4.1.4.1 Uji Normalitas Data.....	65
4.1.4.2 Uji Linearitas Data.....	67
4.1.4.3 Uji Multikolinearitas Data.....	68
4.1.5 Teknik Analisis Data.....	69
4.1.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	69
4.1.5.2 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	71
4.1.5.3 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	72
4.1.5.4 Uji Koefesien Determinasi (R^2).....	73
4.2 Hasil dan Pembahasan.....	74
4.2.1 Pengaruh <i>Online Shop</i> Terhadap Perilaku Konsumtif.....	75

4.2.2 Pengaruh Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif	77
4.2.3 Pengaruh <i>Online Shop</i> dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	84
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	87



THE
Character Building
UNIVERSITY