

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	11
1. Teori Perilaku Konsumen	11
2. Media Sosial	13
3. Gaya Hidup.....	18
4. Konsep Diri	25
5. Pemahaman Etika Konsumsi Islam.....	30
6. Perilaku Konsumtif.....	34
B. Penelitian Terdahulu.....	40
C. Kerangka Berfikir	47
D. Hipotesis.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	51
B. Setting Penelitian.....	51
C. Populasi dan Sampel.....	51
D. Desain dan Definisi Operasional Variabel	53
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	56
F. Teknik Pengumpulan Data.....	57
G. Teknik Analisis Data	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	63

1. Gambaran Objek Penelitian	63
2. Gambaran Umum Responden	63
3. Deskripsi Variabel Penelitian	65
4. Analisis Data	75
B. Pembahasan	86
1. Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif pada Remaja di Kudus	86
2. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada Remaja di Kudus	87
3. Pengaruh Konsep Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada Remaja di Kudus	89
4. Pengaruh Pemahaman Etika Konsumsi Islam terhadap Perilaku Konsumtif pada Remaja di Kudus.....	90
5. Pengaruh Media Sosial, Gaya Hidup, Konsep Diri, dan Pemahaman Etika Konsumsi Islam terhadap Perilaku Konsumtif pada Remaja di Kudus	92
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	93
B. Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	54
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	64
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	65
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan Media Sosial	65
Tabel 4.6	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Media Sosial.....	66
Tabel 4.7	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Gaya Hidup	67
Tabel 4.8	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Konsep Diri.....	69
Tabel 4.9	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Pemahaman Etika Konsumsi Islam	71
Tabel 4.10	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Perilaku Konsumtif	73
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas.....	75
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas	77
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas	78
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinearitas.....	79
Tabel 4.15	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	81
Tabel 4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi	83
Tabel 4.17	Hasil Uji F.....	83
Tabel 4.18	Hasil Uji t.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	47
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	78
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	80

