

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN MAJELIS PENGUJI MUNAQOSAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Sistematika Penulisan	12

BAB II LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori.....	14
1. <i>Consumer Behavior Theory</i>	14
a. Definisi Perilaku Konsumen (<i>Consumer Behavior</i>).....	14
b. Model Perilaku Konsumen.....	15
c. Faktor Utama yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	17
2. Perilaku Konsumtif.....	21
a. Aspek Perilaku Konsumtif	22
b. Perilaku Konsumtif Menurut Perspektif Islam.....	23
3. Religiusitas	26
a. Dimensi Religiusitas	26
4. Teori <i>Uses and Effects</i> Media Sosial.....	28
a. Definisi Teori	28
b. Model Teori <i>Uses and Effects</i> Media Sosial.	30
c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Efek.....	32

d. Media Sosial.....	35
1) Definisi Media Sosial	35
2) Jenis Media Sosial	36
3) Fungsi Media Sosial	36
4) Dimensi Pengukuran Media Sosial.....	37
5. Gaya hidup Glamor	40
a. Teori Kebahagiaan	40
b. Gaya hidup	42
c. Dimensi Gaya Hidup Glamor.....	44
6. Generasi Milenial	45
B. Penelitian Terdahulu	47
C. Kerangka Berfikir.....	48
D. Hipotesis.....	51

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan.....	52
B. Populasi dan Sampel	52
C. Identifikasi Variabel.....	55
D. Variabel Operasional.....	55
E. Teknik Pengumpulan Data.....	58
F. Teknik Analisis Data.....	59

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	66
1. Gambaran Objek Penelitian.....	66
2. Analisis Data.....	69
a. Analisis Statistik Deskriptif	69
b. Uji Validitas	72
c. Uji Reliabilitas	75
d. Uji Asumsi Klasik.....	76
e. Uji Hipotesis	79
B. Pembahasan.....	80

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	87
B. Saran	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Komposisi Penduduk Menurut Kelompok Umur di Kabupaten Kudus 2019.....	6
Tabel 2.1 Pengelompokkan Generasi Menurut National Chamber Foundation	45
Tabel 3.1 Penentuan Jumlah Sampel dari Populasi Tertentu dengan Taraf Kesalahan 1%, 5%, dan 10%.....	54
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	56
Tabel 4.1 Komposisi Penduduk Menurut Umur di Kabupaten Kudus 2019.....	67
Tabel 4.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	71
Tabel 4.3 Hasil Validitas Variabel Perilaku Konsumtif.....	72
Tabel 4. 4 Validitas Variabel Media Sosial.....	73
Tabel 4.5 Hasil Validitas Gaya Hidup Glamor	74
Tabel 4.6 Validitas Religiusitas	75
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	76
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolonieritas	77
Tabel 4.9 Hasil Uji R^2	79
Tabel 4.10 Hasil Uji F.....	79
Tabel 4.11 Hasil Uji t.....	79

DAFTAR GAMBAR / GRAFIK

Gambar 1.1. Penggunaan Internet Aktif Indonesia	1
Gambar 1.2. Grafik <i>User</i> atau Anggota Masing-Masing Situs Jejaring Sosial	2
Gambar 1.3 Komposisi Penduduk Menurut Generasi (persen) 2017	6
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	15
Gambar 2.2 Penggunaan Pendapatan	24
Gambar 2.3 Ilustrasi mengenai hubungan penggunaan media dan hasilnya	30
Gambar 2.4 Hasil dan penggunaan model <i>uses and effect</i>	31
Gambar 2.5 Kerangka Berfikir	50
Gambar 3.1 Model Grafis Hubungan Antar Variabel	63
Gambar 4.1 Komposisi Penduduk Menurut Generasi (persen) 2017	66
Gambar 4.2 Grafik Jenis Kelamin Responden	68
Gambar 4.3 Grafik Usia Responden	68
Gambar 4.4 Grafik Agama Responden	69
Gambar 4.5 Grafik Kepemilikan Akun Media Sosial Responden	69
Gambar 4.6 Grafik Normal Plot	77
Gambar 4.7 Grafik Scatterplot	78