

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN PEMBIMBING 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	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR SINGKATAN	xvi
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. Perilaku Konsumen	11
2. Media social	13
a. Pengertian Media Sosial	13
b. Jenis-jenis Media Soaiial	14
c. Indikator Media Sosial	51
3. Gaya Hidup Hedonisme	16
a. Pengertian Gaya Hidup	16
b. Jenis Gaya Hidup	17
c. Pengertian Gaya Hidup Hedonis	18
d. Indikator Gaya Hidup Hedonis	19
e. Faktor-faktor yang mempengaruhi Gaya Hidup Hedonis	19
4. Perilaku Konsumtif	21
a. Pengertian Perilaku Konsumtif	21
b. Factor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	23
c. Indikator-Indikator Perilaku Konsumtif	24
d. Perilaku Konsumtif dalam Islam	25

B. Penelitian Terdahulu.....	26
C. Kerangka Berfikir.....	30
D. Hepotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	32
B. Setting Penelitian.....	32
C. Populasi dan Sampel.....	32
D. Desain dan Definisi Operasional Variabel	35
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	36
F. Teknik Pengumpulan Data	38
G. Teknik Analisis Data	41
H. Uji Asumsi Klasik	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	47
1. Gambaran Objek Penelitian	47
a. Profil IAIN Kudus	47
b. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	49
c. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus	50
2. Analisis Data.....	50
a. Karakteristik Responden	50
b. Responden berdasarkan jenis kelamin.....	51
c. Responden berdasarkan usia.....	51
d. Responden berdasarkan program studi.....	52
e. Responden berdasarkan pendapatan uang per bulan	52
f. Responden berdasarkan frekuensi belanja perbulan	53
g. Responden berdasarkan alat pembayaran yang sering digunakan	53
3. Uji Validitas	54
4. Uji Reliabilitas	55
5. Uji Asumsi Klasik.....	56
a. Uji Normalitas	56
b. Uji Multikolinieritas	57
c. Uji Heteroskedastisitas	58
6. Uji Statistik	59
a. Uji t	59
b. Uji F	60
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	61

B. Pembahasan	62
1. Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	62
2. Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	63
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	65
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Daftar Mahasiswa FEBI IAIN Kudus angkatan 2016	33
Tabel 3.2 Penentuan Jumlah Sampel di Setiap Prodi	35
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	39
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel X1	39
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel X2	40
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Variabel Y	41
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas	42
Tabel 3.8 Skor Jawaban Pada Angket atau Kuesioner	42
Tabel 4.1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Program Studi	52
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendapatan Jatah Uang Perbulan ...	52
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja Perbulan	53
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Alat Pembayaran yang Sering digunakan	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial (X1)	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup Hedonis (X2)	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y)	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.11 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Heterokedastiditas	58
Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial	59
Tabel 4.15 Hasil Uji Simultan	61
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir 32



DAFTAR SINGKATAN

- IAIN : Institut Agama Islam Negeri
FEBI : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

