

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan Skripsi	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Literasi Ekonomi.....	10
1. Pengertian Literasi.....	10
2. Pengertian Ekonomi	10
3. Pengertian Literasi Ekonomi	11
4. Indikator Literasi Ekonomi	12
5. Urgensi Literasi Ekonomi	15
B. <i>Hedonic Consumption Tendency</i>	16
1. Pengertian <i>Hedonic Consumption Tendency</i>	16
2. Faktor-Faktor yang Memotivasi <i>Hedonic Consumption Tendency</i>	17
3. Indikator <i>Hedonic Consumption Tendency</i>	18

C. <i>Trend Fashion</i>	18
1. Pengertian <i>Trend Fashion</i>	18
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Trend Fashion</i>	19
3. Indikator <i>Trend Fashion</i>	20
D. Perilaku Konsumtif	20
1. Pengertian Perilaku Konsumtif	20
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif.....	23
3. Indikator Perilaku Konsumtif	26
4. Dampak Perilaku Konsumtif	26
E. Teori Perilaku Konsumen	27
F. Penelitian Terdahulu	30
G. Kerangka Berfikir	35
H. Hipotesis	36

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	39
B. Populasi dan Sampel	39
C. Identitas Variabel	41
D. Variabel Operasional	41
E. Teknik Pengumpulan Data.....	43
F. Uji Validitas dan Reliabilitas	44
G. Teknik Analisis Data.....	45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	49
1. Profil Umum Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus	49
2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.....	51
3. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	52
B. Hasil Penelitian	53
1. Deskripsi Identitas Responden.....	53
2. Deskripsi Jawaban Responden.....	57
C. Analisis Data	64

1. Uji Instrumen Data.....	64
2. Uji Asumsi Klasik.....	67
3. Analisis Data.....	73
D. Pembahasan.....	77
1. Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif	77
2. Pengaruh <i>Hedonic Consumption Tendency</i> terhadap Perilaku Konsumtif	78
3. Pengaruh <i>Trend Fashion</i> terhadap Perilaku Konsumtif	80
BAB V PENUTUP	
1. Kesimpulan	82
2. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa FEBI	40
Tabel 3.2 Definisi Operasional	42
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	54
Tabel 4.2 Karakteristik Usia Responden	54
Tabel 4.3 Karakteristik Prodi Responden	55
Tabel 4.4 Karakteristik Uang Saku Perbulan Responden	56
Tabel 4.5 Karakteristik Frekuensi Belanja Perbulan Responden	57
Tabel 4.6 Frekuensi Tabel Literasi Ekonomi X1	58
Tabel 4.7 Frekuensi Tabel <i>Hedonic Consumption Tendency</i> X2	59
Tabel 4.8 Frekuensi Tabel <i>Trend Fashion</i> X3	61
Tabel 4.9 Frekuensi Tabel Perilaku Konsumtif Y	64
Tabel 4.11 Uji Validitas X2	64
Tabel 4.12 Uji Validitas X3	65
Tabel 4.13 Uji Validitas Y	65
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas	66
Tabel 4.15 Uji Kolmogrov Smirnov	69
Tabel 4.16 Uji Glejser	71
Tabel 4.17 Uji Multikolinearitas	72
Tabel 4.18 Uji Regresi Linier Berganda	73
Tabel 4.19 Uji Koefisien Determinan	74
Tabel 4.20 Uji Parsial t	75
Tabel 4.21 Uji Simultan F	76

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Berpikir	36
4.1 Grafik Normal P-Plot.....	67
4.2 Grafik Histogram Uji Normalitas	68
4.3 Uji Heteroskedastisitas Scaterplot	70

