

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO	iii
PERNYATAAN ORISINILITAS PENELITIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Pembatasan Penelitian.....	9
1.4 Rumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
1.7 Definisi Operasional Variabel.	12

BAB II KAJIAN TEORETIK

2.1 Kajian Teori Variabel Perilaku Konsumtif	
2.1.1 Teori Proses Belajar Konsumen.....	14
2.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif.....	20
2.1.3 Model-model Perilaku Konsumen	28
2.1.4 Karakteristik Demografi, Sosial dan Ekonomi Konsumen.....	32
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	38
2.1.6 Indikator Perilaku Konsumtif.....	64
2.2 Kajian Teori Variabel <i>Marketing Effect</i>	
2.2.1 Teori Pemasaran.....	65
2.2.2 Unsur-unsur <i>Marketing Mix</i>	68
2.2.3 Indikator Marketing Effect.....	70
2.3 Kajian Teori Variabel Modernitas Individu	
2.3.1 Modernisasi	71
2.3.2 Pengertian Modernitas Individu	73
2.3.3 Perubahan Sosial dan Kebudayaan	74
2.3.4 Indikator Modernitas Individu	78
2.4 Hasil Penelitian Relevan	78
2.5 Kerangka Berfikir Penelitian.....	80
2.7 Hipotesis Penelitian.....	81

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	83
3.2 Desain Penelitian.....	84
3.3 Populasi dan Sampel	84

3.3.1. Populasi.....	84
3.3.2. Sampel	85
3.4 Teknik Pengumpulan Data	86
3.5 Teknik Analisis Data	87
3.5.1 Statistik Deskriptif.....	87
3.6 Uji Instrumen Data.....	88
3.6.1 Uji Validitas.....	88
3.6.2 Uji Reliabilitas	90
3.7 Uji Prasyarat Analisis.....	91
3.7.1 Uji Normalitas Data	91
3.7.2 Uji Linearitas	92
3.8 Uji Prasyarat Regresi.....	93
3.8.1 Uji Multikolinearitas	93
3.8.2 Uji Heterokedastisitas	93
3.9 Uji Model	94
3.9.1 Uji Regresi Linear Berganda.....	94
3.10 Uji Hipotesis Statistik	95
3.10.1 Uji Parsial (Uji t).....	95
3.10.2 Uji Simultan (Uji F)	96
3.10.3 Uji Koefesien Determinasi (R^2).....	96

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Coba Instrumen Penelitian	98
4.1.1. Uji Validitas.....	98
4.1.2. Uji Realibilitas	99
4.2 Deskriptif Data	100
4.2.1 Deskriptif Data <i>Marketing Effect</i> (X_1).....	100
4.2.2 Deskriptif Data Modernitas Individu (X_2).	103
4.2.3 Deskriptif Data Perilaku Konsumtif (Y).....	107
4.2.4 Uji Prasyarat Analisis.	110
1. Uji Normalitas.	110
2. Uji Linearitas.....	116
4.2.5 Uji Asumsi Regresi.....	118
1. Uji Multikolinearitas.	118
2. Uji Heteroskedastisitas.	119
4.2.6 Uji Model.....	120
1. Uji Analisis Regresi Berganda.	120
4.2.7 Uji Hipotesis Statistik.	122
1. Uji Simultan (F).	122
2. Uji Parsial (t).	124
4.2.8 Uji Koefesiensi Determinasi R^2	126
4.3 Pembahasan.....	127

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	133
5.2 Saran	134

DAFTAR PUSTAKA

