

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.5 Waktu dan Periode Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	9
2.1.1. Gaya Hidup Konsumtif .....	9
2.1.2. Kelompok Sebaya .....	10
2.1.2.1. Pengertian Kelompok Sebaya .....	10
2.1.2.2. Jenis-jenis Kelompok Sebaya .....	10
2.1.2.3. Komunikasi kelompok teman sebaya .....	11
2.1.2.4 Fungsi Komunikasi kelompok teman sebaya .....	11
2.1.3. Perilaku Belanja Online .....	13
2.1.3.1 Aspek-aspek Perilaku Belanja <i>Online</i> .....	13
2.1.4 Karakteristik Remaja.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu .....	14
2.3 Kerangka Pemikiran.....	21
2.3.1. Hubungan antara X <sub>1</sub> (Komunikasi kelompok teman sebaya) dengan Y (Gaya Hidup Konsumtif) .....	21
2.3.2. Hubungan antara X <sub>2</sub> (Perilaku Belanja <i>Online</i> ) dengan Y <sub>1</sub> (Gaya Hidup Konsumtif) .....	21

2.3.3. Hubungan antara X <sub>1</sub> (Komunikasi kelompok teman sebaya) dan X <sub>2</sub> (Perilaku Belanja <i>Online</i> ) dengan Y <sub>1</sub> (Gaya Hidup Konsumtif).....	21
2.4 Hipotesis .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	24
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran .....	24
3.2.3 Variabel Operasional.....	24
3.2.2 Skala Pengukuran.....	28
3.3 Populasi dan Sampel .....	29
3.3.1. Populasi.....	29
3.3.2. Sampel.....	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.4.1 Jenis Data .....	30
3.4.2 Pengumpulan Data .....	31
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	31
3.5.1 Uji Validitas .....	31
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	33
3.6 Teknik Analisis Data.....	35
3.6.1. Statistik Deskriptif .....	35
3.6.2 Uji Methode Successive Interval (MSI).....	37
3.6.3 Uji Normalitas.....	38
3.6.4 Uji Linearitas .....	38
3.6.5 Uji Multikolinearitas .....	38
3.6.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	39
3.6.7 Analisis Korelasi Pearson Correlation Product Moment.....	39
3.6.8 Koefisien Korelasi Berganda .....	40
3.6.9 Koefisien Determinasi.....	41
3.6.10 Uji F (Simultan) .....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
4.1 Pengumpulan Data.....	43
4.2 Karakteristik Responden.....	43
4.3 Hasil Penelitian .....	45
4.3.1 Hasil Analisis Komunikasi Kelompok Teman Sebaya .....	45
4.3.2 Hasil Analisis Perilaku Belanja <i>Online</i> .....	52
4.3.3 Hasil Analisis Variabel Gaya Hidup Konsumtif.....	60

4.4 Uji Asumsi Klasik .....	69
4.4.1 Uji Normalitas.....	69
4.4.2 Uji Linearitas .....	70
4.4.3 Uji Multikolinearitas .....	71
4.5 Uji Hipotesis.....	72
4.5.1 Uji Regresi Linier Berganda .....	72
4.5.2 Analisis Korelasi <i>Pearson Correlation Product Moment</i> .....	73
4.5.3 Koefisien Korelasi Berganda .....	74
4.5.4 Koefisiensi Determinasi .....	75
4.5.5 Uji F (Simultan) .....	76
4.7 Pembahasan.....	77
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>81</b>
5.1 Kesimpulan .....	81
5.2 Saran.....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>88</b>