

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>ABSTRACT</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5 Waktu dan Periode Penelitian .....	9
1.6 Sistematika Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	11
2.1 Rangkuman Teori .....	11
2.1.1 Teori Stimulus - Respons.....	11
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	11
2.1.3 Pemasaran .....	12
2.1.4 Komunikasi Pemasaran.....	12
2.1.5 Media Sosial .....	15
2.1.6 Perilaku Konsumtif .....	16
2.1.8 Remaja .....	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Penelitian .....	26
2.4 Hipotesis Penelitian.....	26
2.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	28

3.1 Jenis Penelitian .....	28
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran .....	28
3.3 Populasi dan Sampel .....	33
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	36
3.6 Teknik Analisis Data .....	40
3.6.1 Analisis Deskriptif .....	40
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	41
3.6.3 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	42
3.6.4 Uji Hipotesis (Uji t) .....	42
<b>BAB IV HASIL PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	44
4.2 Hasil Penelitian.....	48
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	48
4.2.2 Tabel Deskripsi Hasil Kuisisioner Variabel Promosi (X) .....	50
4.2.3 Tabel Deskripsi Pernyataan Variabel Perilaku Konsumtif (Y) .....	62
4.3 Hasil Uji Prasyarat Analisis .....	67
4.3.1 Hasil Uji Normalitas .....	67
4.3.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	68
4.3.3 Hasil Uji Multikolinearitas .....	69
4.3.4 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	70
4.4 Uji Hipotesis.....	71
4.4.1 Uji t (Parsial).....	71
4.4.2 Uji F (Simultan) .....	72
4.4.3 Koefisien Determinasi .....	72
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
4.5.1 Promosi (X).....	74
4.5.2 Pengaruh Promosi Terhadap Pembelian Impulsif .....	75
4.5.3 Pengaruh Promosi Terhadap <i>Wasteful Buying</i> .....	76
4.5.4 Pengaruh Promosi Terhadap <i>Non Rational Buying</i> .....	77
4.5.5 Pengaruh Promosi Terhadap Perilaku Konsumtif .....	78
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>81</b>
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran .....	81

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>85</b>