

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN ORSINALITAS .....	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2    Rumusan dan Identifikasi Masalah.....	5
1.3    Tujuan Penelitian.....	5
1.4    Kegunaan Penelitian .....	5
1.5    Sistematika Penelitian.....	6
1.6    Waktu Penelitian .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN RUANG LINGKUP PENELITIAN .....	8
2.1    Landasan Teori .....	8
2.1.1 New Media .....	8
2.1.2 Media Sosial.....	10
2.1.3 Gaya Hidup .....	14
2.1.4 Perilaku Konsumtif.....	18
2.2    Penelitian Terdahulu .....	23

2.2.1	Penelitian Terdahulu Skripsi .....	23
2.2.2	Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional .....	28
2.2.3	Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional.....	31
2.3	Keterkaitan Antar Variabel .....	34
2.3.1	Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif.....	34
2.3.2	Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif .....	35
2.4	Kerangka Pemikiran .....	35
2.5	Hipotesis Penelitian .....	36
2.6	Ruang Lingkup Penelitian.....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>38</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	38
3.2	Operasional Variabel .....	38
3.2.1	Skala Pengukuran .....	40
3.3	Populasidan sampel .....	41
3.3.1	Populasi.....	41
3.3.2	Sampel.....	41
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.4.1	Jenis Data .....	43
3.4.2	Redukasi data .....	43
3.5	Teknik Analisis Data .....	44
3.5.1	<i>Outer Model</i> (Pengukuran BagianLuar) .....	45
3.5.2	Inner Model(ModelStruktural) .....	45
3.5.3	Kriteria Penerimaan dan Penolakan Hipotesis .....	46
3.6	Analisis Model Persamaan Struktur .....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>48</b>
4.1	Uji Partial Least Square .....	48

4.2	Uji Pengukuran Pengukuran Model ( <i>Outer Model</i> ) .....	49
4.2.1	<i>Convergent Validity</i> .....	49
4.2.2	<i>Discriminant Validity</i> .....	50
4.2.3	<i>Reliability</i> .....	51
4.3	Hasil Uji Model Struktur ( <i>Inner Model</i> ).....	52
4.3.1	Hasil Uji Path Coefficient .....	53
4.3.2	Hasil Uji Goodness of Fit (GoF) .....	54
4.3.3	Hasil Uji Q – Square (Q <sup>2</sup> ) .....	55
4.4	Hasil Uji Hipotesis.....	56
4.4.1	Hasil Uji T – Statistik .....	56
4.4.2	Hasil Uji R – Square Adjusted .....	57
4.5	Analisis Hasil Uji Hipotesis .....	57
4.5.1	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif .....	57
4.5.2	Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif .....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....		59
5.1	Kesimpulan .....	59
5.2	Saran .....	59
DAFTAR PUSTAKA.....		60
LAMPIRAN.....		64