

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Dan Rumusan Masalah	20
1.2.1 Identifikasi Masalah	20
1.2.2 Rumusan Masalah.....	22
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian	22
1.3.1 Maksud Penelitian.....	22
1.3.2 Tujuan Penelitian	23
1.4 Kegunaan Penelitian	23
1.4.1 Kegunaan Praktis.....	23
1.4.2 Kegunaan Akademis	24
1.5 Lokasi dan waktu Penelitian	25
1.5.1 Lokasi Penelitian	25
1.5.2 Waktu Penelitian.....	26
BAB II	27
2.1 Kajian Pustaka	27
2.1.1 Gaya Hidup.....	27
2.1.2 Konformitas	31
2.1.3 Perilaku Konsumtif.....	36
2.1.4 Penelitian Terdahulu	39
2.2 Kerangka Pemikiran.....	46
2.2.1 Hubungan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif.....	47
2.2.2 Hubungan <i>Konformitas</i> Terhadap Perilaku Konsumtif	47

2.2.3 Hubungan <i>Gaya Hidup</i> Dan <i>Konformitas</i> Terhadap Perilaku Konsumtif	48
2.3 HIPOTESIS	50
BAB III.....	51
1.1 Objek Penelitian	51
1.2 Metode Penelitian	51
3.2.1 Desain Penelitian	53
3.2.2 Operasional Variabel Penelitian.....	55
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data	58
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data	61
3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis	66
BAB IV	78
4.1.2 Struktur Kepengurusan Momfashion Community Sukabumi.....	78
4.2 Karakteristik Responden.....	79
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	79
4.3 Analisis Deskriptif.....	82
4.3.1 Analisis Deskriptif Gaya Hidup.....	82
4.3.2 Analisis Deskriptif Konformitas	100
4.3.3 Analisis Deskriptif Perilaku Konsumtif	129
4.4 Analisis Verifikatif	145
4.4.1 Persamaan Regresi Linier Berganda	145
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	148
4.4.3 Analisis Koefisien Korelasi.....	154
4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi	158
4.4.5 Pengujian Hipotesis.....	162
4.5 Pembahasan	169
4.5.1 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif.....	169
4.5.2 Pengaruh antara Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif.....	169
4.5.3 Pengaruh Gaya Hidup dan Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif	170
BAB V.....	172
5.1 Kesimpulan	172
5.2 Saran	174

Daftar Pustaka..... 176

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel item AIO untuk mengukur variabel Gaya Hidup	29
Tabel 2. 2 Penelitian terdahulu	39
Tabel 3. 1 Desain Penelitian	54
Tabel 3. 2 Operasional Variabel	57
Tabel 3. 3 Kriteria Presentase Tanggapan Responden.....	67
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	79
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	80
Tabel 4. 3.....	81
Tabel 4. 4 Skor tanggapan responden pada indikator Personality	83
Tabel 4. 5 Skor tanggapan responden pada indikaotr Personality	84
Tabel 4. 6 Skor tanggapan responden pada indikator Personality	86
Tabel 4. 7 Skor tanggapan responden pada indikator Information.....	87
Tabel 4. 8 Skor tanggapan responden pada indikator Information.....	88
Tabel 4. 9 Skor tanggapan responden pada indikator Information.....	90
Tabel 4. 10 Skor tanggapan responden pada indikator Brand Prestige.....	91
Tabel 4. 11 Skor tanggapan responden pada indikator Brand Prestige.....	92
Tabel 4. 12 Skor tanggapan responden pada indikator Brand Prestige.....	93
Tabel 4. 13 Skor tanggapan responden pada indikator Practicality.....	95
Tabel 4. 14 Skor tanggapan responden pada indikator Practicality.....	96
Tabel 4. 15 Skor tanggapan responden pada indikator Practicality.....	97
Tabel 4. 16 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Gaya Hidup.....	98
Tabel 4. 17 Skor Tanggapan Responden pada indikator Self - Esteem.....	101

Tabel 4. 18 Skor tanggapan responden pada indikator Self - Esteem	102
Tabel 4. 19 Skor tanggapan responden pada indikator self esteem	103
Tabel 4. 20 Skor tanggapan responden pada indikator self esteem	105
Tabel 4. 21 Skor tanggapan responden pada indikator self esteem	106
Tabel 4. 22 Skor tanggapan responden pada indikator General Conformity Motivation.....	108
Tabel 4. 23 Skor tanggapan responden pada indikator General Conformity Motivation.....	109
Tabel 4. 24 Skor tanggapan responden pada indikator general conformity motivation	110
Tabel 4. 25 Skor tanggapan responden pada indikator General Conformity Motivation.....	112
Tabel 4. 26 Skor tanggapan responden pada indikator General Conformity Motivation.....	113
Tabel 4. 27 Skor tanggapan responden pada indikator General Conformity Motivation.....	115
Tabel 4. 28 Skor tanggapan responden pada indikator General Conformity Motivation.....	117
Tabel 4. 29 Skor tanggapan responden pada indikator Consumer Involvement with product.....	118
Tabel 4. 30 Skor tanggapan responden pada indikator Consumer Involvement with Product	120

Tabel 4. 31 Skor tanggapan responden pada indikator Consumer Involvement with Product	121
Tabel 4. 32 Skor tanggapan responden pada indikator Consumer Involvement with Product	123
Tabel 4. 33 Skor tanggapan responden pada indikator Consumer Involvement with Product	124
Tabel 4. 34 Skor tanggapan responden pada indikator Consumer Involvement with Product	125
Tabel 4. 35 Tanggapan responden mengenai variabel Konformitas.....	126
Tabel 4. 36 Skor tanggapan responden pada indikator Buying products is not based on benefits or utility	130
Tabel 4. 37 Skor tanggapan responden pada indikator Buying products is not based on benefits or utility	131
Tabel 4. 38 Skor tanggapan responden pada indikator Buying products is not based on benefits or utility	132
Tabel 4. 39 Skor tanggapan responden pada indikator Buying products is not based on benefits or utility	133
Tabel 4. 40 Skor tanggapan responden pada indikator Buying a product just keeps the status symbol.....	134
Tabel 4. 41 Skor tanggapan responden pada indikator Buying a product just keeps the status symbol.....	135
Tabel 4. 42 Skor tanggapan responden pada indikator Buying a product just keeps the status symbol.....	136

Tabel 4. 43 Skor tanggapan responden pada indikator Buying a product just keeps the status symbol.....	137
Tabel 4. 44 Skor tanggapan responden pada indikator Family Lifestyle....	139
Tabel 4. 45 Skor tanggapan responden pada indikator Family Lifestyle....	140
Tabel 4. 46 Skor tanggapan responden pada indikator Family Lifestyle....	141
Tabel 4. 47 Tanggapan responden mengenai variabel Perilaku Konsumtif	143
Tabel 4. 48 Tabel Regresi Linier Berganda	146
Tabel 4. 49 One Sample Kolmogorox-Smirnov test.....	149
Tabel 4. 50 Uji Multikolinieritas.....	151
Tabel 4. 51 Uji Glejser	154
Tabel 4. 52 Tabel Interpretasi Koefisien Korelasi	155
Tabel 4. 53 Koefisien korelasi Gaya Hidup dengan Perilaku Konsumtif....	155
Tabel 4. 54 Koefisien Korelasi Konformitas dengan Perilaku Konsumtif ..	156
Tabel 4. 55 Hasil Analisis Korelasi Simultan	157
Tabel 4. 56 Korelasi Parsial	159
Tabel 4. 57 Koefisien Determinasi Simultan	161
Tabel 4. 58 Pengujian Hipotesis Parsial pada X1	163
Tabel 4. 59 Pengujian Hipotesis Parsial X2.....	165
Tabel 4. 60 Pengujian Hipotesis secara simultan	167

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Industri E – Commerce di dunia pada 2018.....	3
Gambar 1. 2 Nilai Transaksi E – Commerce di Indonesia pada 2020	4
Gambar 1. 3 Barang yang paling sering dibeli masyarakat indonesia saat belanja online.....	6
Gambar 1. 5 Lokasi Momfashion Community	25
Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian	49
Gambar 4. 2 Struktur Kepengurusan Momfashion Community Sukabumi 2019 - 2022	78
Gambar 4. 3 Skala Persentase Skor variabel Gaya Hidup	99
Gambar 4. 4 Skala Persentase Skor variabel Konformitas	127
Gambar 4. 5	144
Gambar 4. 6 Grafik Normal Probability Plot	150
Gambar 4. 7 Scatterplot	153
Gambar 4. 8 Kurva Uji T Secara Parsial X1 terhadap Y	164
Gambar 4. 9 Kurva Uji t secara parsial X2 Terhadap Y	166
Gambar 4. 10 Uji Hipotesis Simultan.....	168