

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
MOTTO	ii
PERNYATAAN	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	7
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	7
1.5.1 Jadwal Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS 9	
2.1 Tinjauan Pustaka.....	9
2.1.1 Perilaku Konsumsi.....	9
2.1.1.1 Definisi Perilaku Konsumsi	9
2.1.1.2 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	10
2.1.1.3 Indikator Perilaku Konsumsi.....	11
2.1.2 Pendapatan	12
2.1.2.1 Definisi Pendapatan.....	12
2.1.2.2 Sumber-Sumber Pendapatan dan Faktor yang Mempengaruhinya.....	13
2.1.3 Harga.....	14

2.1.3.1	Definisi Harga	14
2.1.3.2	Peranan Harga	14
2.1.3.3	Tujuan Penetapan Harga	15
2.1.3.4	Indikator Harga	16
2.1.4	Gaya Hidup	17
2.1.4.1	Definisi Gaya Hidup.....	17
2.1.4.2	Pengukuran Gaya Hidup	18
2.1.4.3	Indikator Gaya Hidup.....	18
2.1.5	<i>Bandwagon Effect</i> (efek ikut-ikutan).....	19
2.1.5.1	Definisi <i>Bandwagon Effect</i> (efek ikut-ikutan)	19
2.1.5.1	Indikator <i>Bandwagon Effect</i>	20
2.1.5.2	Faktor yang Mempengaruhi <i>Bandwagon Effect</i>	20
2.1.6	Penelitian Terdahulu	21
2.2	Kerangka Pemikiran.....	26
2.2.1	Hubungan Pendapatan dengan Perilaku Konsumsi	26
2.2.2	Hubungan Harga dengan Perilaku Konsumsi.....	27
2.2.3	Hubungan Gaya Hidup dengan Perilaku Konsumsi	28
2.2.4	Hubungan <i>Bandwagon Effect</i> dengan Perilaku Konsumsi	28
2.3	Hipotesis	29
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....		31
3.1	Objek Penelitian.....	31
3.2	Metode Penelitian	31
3.2.1	Operasionalisasi Variabel	31
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	33
3.2.2.1	Jenis Data	34
3.2.2.2	Populasi Sasaran.....	34
3.2.2.3	Penentuan Sampel	35
3.2.2.4	Prosedur Pengumpulan Data	38
3.3	Model Penelitian	39
3.4	Uji Instrumen	39
3.4.1	Uji Validitas.....	40

3.4.2 Uji reliabilitas	40
3.4.3 Analisis Deskriptif	41
3.4.4 <i>Method of Succesive Interval</i>	42
3.5 Teknik Analisis Data.....	43
3.5.1 Rancangan Alat Analisis.....	44
3.5.1.1 Pengukuran Instrumen Penelitian (Skala Likert)	44
3.5.1.2 Analisis Regresi Berganda	45
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.5.2.1 Uji Normalitas	46
3.5.2.2 Uji Multikolinieritas	46
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas	47
3.5.3 Uji Hipotesis	48
3.5.3.1 Uji t.....	48
3.5.3.2 Uji F.....	49
3.5.3.3 Koefisien Determinasi (R^2)	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	51
4.1.1 Profil Universitas Siliwangi.....	51
4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Universitas Siliwangi.....	52
4.1.2.1 Visi Universitas Siliwangi.....	52
4.1.2.2 Misi Universitas Siliwangi	53
4.1.2.3 Tujuan Universitas Siliwangi	53
4.2 Hasil Penelitian.....	54
4.2.1 Karakteristik Responden	54
4.2.1.1 Berdasarkan Jurusan.....	54
4.2.1.2 Berdasarkan Pendapatan	55
4.2.2 Uji Instrumen Penelitian	56
4.2.2.1 Uji Validitas	56
4.2.2.2 Uji Reabilitas	57
4.2.2.3 Analisis Deskriptif.....	58
4.2.3 Analisis Data Hasil Penelitian	66

4.2.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda	66
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	67
4.2.4.1 Uji Normalitas	67
4.2.4.2 Uji Multikolinearitas	67
4.2.4.3 Uji Heteroskedastisitas	68
4.2.5 Uji Hipotesis	69
4.2.5.1 Uji Signifikasi Secara Parsial (Uji t)	69
4.2.5.2 Uji Signifikasi Bersama-sama (Uji F).....	71
4.2.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)	71
4.3 Pembahasan	72
4.3.1 Pengaruh Pendapatan terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa di bidang <i>Fashion</i>	72
4.3.2 Pengaruh Harga terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa di Bidang <i>Fashion</i>	73
4.3.3 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa di Bidang <i>Fashion</i>	74
4.3.4 Pengaruh <i>Bandwagon Effect</i> terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa di Bidang <i>Fashion</i>	75
4.3.5 Pengaruh Pendapatan, Harga, Gaya Hidup dan <i>Bandwagon Effect</i> secara bersama-sama terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa di Bidang <i>Fashion</i>	75
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1 Simpulan.....	77
5.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	82
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jadwal penelitian.....	8
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	32
Tabel 3.2 Data Jumlah Mahasiswa S1 Universitas Siliwangi Angkatan 2019	34
Tabel 3.3 Data Jumlah Populasi dan Sampel Mahasiswa S1 Universitas Siliwangi Angkatan 2019.....	37
Tabel 3.4 Kategori Skala.....	41
Tabel 3.5 Skor Skala Likert	44
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	55
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel 4.4 Hasil Uji Reabilitas	57
Tabel 4.5 Tanggapan Terhadap Variabel Harga	58
Tabel 4.6 Klasifikasi Penilaian Indikator Harga	59
Tabel 4.7 Tanggapan Terhadap Variabel Gaya Hidup.....	60
Tabel 4.8 Klasifikasi Penilaian Indikator Gaya Hidup	61
Tabel 4.9 Tanggapan Terhadap Variabel <i>Bandwagon Effect</i>	62
Tabel 4. 10 Klasifikasi Penilaian Indikator <i>Bandwagon Effect</i>	63
Tabel 4.11 Tanggapan Terhadap Variabel Perilaku Konsumsi	64
Tabel 4.12 Klasifikasi Penilaian Indikator Perilaku Konsumsi	65
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Perilaku Konsumsi Mahasiswa di Bidang Fashion	66

Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	67
Tabel 4.15 Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4.16 Uji Heteroskedastisitas.....	69
Tabel 4.17 Uji t	70
Tabel 4.18 Uji F	71
Tabel 4.19 Koefisien Determinasi.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4.1 Stuktur Organisasi Universitas Siliwangi	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	82
Lampiran 2	86
Lampiran 3	98