

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
MOTTO	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.5 Lokasi Dan Jadwal Penelitian.....	8
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	8
1.5.2 Jadwal Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1 Tinjauan Pustaka.....	10
2.1.1 Pendapatan	10
2.1.2 Lingkungan Sosial.....	12
2.1.3 Sikap Konsumtif.....	14
2.1.4 Gaya Hidup	16
2.1.5 Impulsive buying.....	17
2.1.6 Penelitian Terdahulu	18
2.2 Kerangka Pemikiran	25
2.2.1 Hubungan Pendapatan dengan Sikap Konsumtif.....	25
2.2.2 Hubungan Lingkungan Sosial dengan Sikap Konsumtif	26
2.2.3 Hubungan Pendapatan dengan Gaya Hidup.....	27
2.2.4 Hubungan Lingkungan Sosial dengan Gaya Hidup	28
2.2.5 Hubungan Pendapatan dengan <i>Impulsive buying</i>	29

2.2.6 Hubungan Lingkungan Sosial dengan <i>Impulsive Buying</i>	30
2.3 Hipotesis	33
3.1 Objek Penelitian.....	34
3.2 Metode Penelitian	34
3.2.1 Operasional Variabel.....	34
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.2.2.1 Jenis dan Sumber Data.....	38
3.2.2.2 Populasi Sasaran	38
3.2.2.3 Sampel.....	38
3.2.2.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	
3.3 Model Penelitian	40
3.3.1 Metode Analisis Data.....	41
3.3.2 Rancangan Analisis Data	42
3.3.2.1 Pengukuran instrument penelitian (skala likert)	42
3.3.2.2 Analisis deskriptif	43
3.3.2.3 Alat Analisis Penelitian.....	43
3.4 Teknik Analisis Data	43
3.4.1 Uji Instrumen Penelitian	43
3.4.1.1 Uji Validitas	44
3.4.1.2 Uji Reliabilitas	44
3.4.2 <i>Method of Succesive Interval</i> (MSI)	45
3.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda	46
3.4.4 Uji Asumsi Klasik.....	46
3.4.4.1 Uji Normalitas.....	47
3.4.4.2 Uji Multikolinearitas	47
3.4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	48
3.4.5 Uji Hipotesis.....	49
3.4.5.1 Uji t (parsial)	49
3.4.5.2 Uji F	50
3.4.5.3 Koefisien Determinasi R^2 (<i>Adjusted R²</i>)	51

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	53
4.1.1 Deskripsi Hasil Penelitian	53
4.1.1.1 Pendapatan pada Mahasiswa.....	53
4.1.1.2 Lingkungan Sosial pada Mahasiswa	57
4.1.1.3 Sikap Konsumtif pada Mahasiswa	62
4.1.1.4 Gaya Hidup pada Mahasiswa.....	66
4.1.1.5 Impulsive <i>Buying</i> pada Mahasiswa.....	71
4.1.2 Analisis Data Hasil Penelitian.....	75
4.1.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	76
4.1.2.2 Regresi Linier Berganda	81
4.1.2.3 Analisis Hipotesis.....	85
4.2 Pembahasan	96
4.2.1 Pengaruh Pendapatan dan Lingkungan Sosial Terhadap Sikap Konsumtif.....	96
4.2.1.1 Pengaruh Pendapatan Secara Parsial Terhadap Sikap Konsumtif	96
4.2.1.2 Pengaruh Lingkungan Sosial Secara Parsial Terhadap Sikap Konsumtif.....	98
4.2.1.3 Pengaruh Pendapatan dan Lingkungan Sosial Secara Bersama-Sama Terhadap Sikap Konsumtif.....	100
4.2.2 Pengaruh Pendapatan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Gaya Hidup.....	102
4.2.2.1 Pengaruh Pendapatan Secara Parsial Terhadap Gaya Hidup.....	103
4.2.2.2 Pengaruh Lingkungan Sosial Secara Parsial Terhadap Gaya Hidup.....	104
4.2.2.3 Pengaruh Pendapatan dan Lingkungan Sosial Secara Bersama-Sama Terhadap Gaya Hidup	106
4.2.3 Pengaruh Pendapatan Dan Lingkungan Sosial Terhadap <i>Impulsive Buying</i>	109
4.2.3.1 Pengaruh Pendapatan Secara Parsial Terhadap <i>Impulsive Buying</i>	109
4.2.3.2 Pengaruh Lingkungan Sosial Secara Parsial Terhadap <i>Impulsive Buying</i>	111
4.2.3.3 Pengaruh Pendapatan dan Lingkungan Sosial Secara Bersama-Sama Terhadap <i>Impulsive Buying</i>	112

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	114
5.2 Saran	114
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN.....	121
BIODATA PENULIS.....	191

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Hal
1.1	Jadwal penelitian.....	9
2.1	Penelitian terdahulu.....	19
3.1	Operasional variabel.....	37
3.2	Data mahasiswa aktif.....	41
3.3	Skala likert.....	45
4.1	Kriteria penilaian variabel setiap indikator pendapatan.....	54
4.2	Klasifikasi dan rekapitulasi data pendapatan.....	55
4.3	Kriteria penilaian indikator pendapatan secara keseluruhan.....	57
4.4	Kriteria penilaian variabel setiap indikator lingkungan sosial.....	59
4.5	Klasifikasi dan rekapitulasi data lingkungan sosial.....	59
4.6	Kriteria penilaian indikator lingkungan sosial secara keseluruhan.....	61
4.7	Kriteria penilaian variabel setiap indikator sikap konsumtif.....	64
4.8	Klasifikasi dan rekapitulasi data sikap konsumtif.....	64
4.9	Kriteria penilaian indikator sikap konsumtif secara keseluruhan.....	66
4.10	Kriteria penilaian variabel setiap indikator gaya hidup.....	68
4.11	Klasifikasi dan rekapitulasi data gaya hidup.....	68
4.12	Kriteria penilaian indikator gaya hidup secara keseluruhan.....	71
4.13	Kriteria penilaian variabel setiap indikator <i>impulsive buying</i>	73
4.14	Klasifikasi dan rekapitulasi data <i>impulsive buying</i>	73
4.15	Kriteria penilaian indikator <i>impulsive buying</i> secara keseluruhan.....	75
4.16	Uji kolmogorov Smirnov.....	77
4.17	Uji multikolinearitas.....	78
4.18	Uji autokorelasi.....	80
4.19	Hasil uji asumsi klasik.....	81
4.20	Persamaan regresi berganda model I.....	81
4.21	Persamaan regresi berganda model II.....	82
4.22	Persamaan regresi berganda model III.....	84
4.23	Uji t (parsial) model I.....	85

4.24	Uji t (parsial) model II.....	87
4.25	Uji t (parsial) model III.....	88
4.26	Uji f (simultan) model I.....	89
4.27	Uji f (simultan) model II.....	90
4.28	Uji f (simultan) model III.....	91
4.29	Uji koefisien determinasi model I.....	93
4.30	Uji koefisien determinasi model II.....	94
4.31	Uji koefisien determinasi model III.....	95

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Hal
2.1	Kerangka pemikiran.....	34
4.1	Uji normalitas.....	76
4.2	Uji heteroskedasitas.....	79

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Hal
01	Kuesioner penelitian.....	121
02	Rekapitulasi data kuesioner.....	125
03	MSI.....	170
04	Uji validitas dan reliabilitas variabel pendapatan.....	186
05	Uji validitas dan reliabilitas variabel lingkungan sosial.....	187
06	Uji validitas dan reliabilitas variabel sikap konsumtif.....	188
07	Uji validitas dan reliabilitas variabel gaya hidup.....	189
08	Uji validitas dan reliabilitas variabel <i>impulsive buying</i>	190