

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENGUJI	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB 2 TINJAUAN TEORITIS	9
2.1 Kajian Pustaka.....	9
2.1.1 Pengambilan Keputusan Konsumsi	9
2.1.1.1 Pengertian Pengambilan Keputusan Konsumsi	9
2.1.1.2 Indikator Pengambilan Keputusan Konsumsi	10
2.1.1.3 Faktor- Faktor Pengambilan Keputusan Konsumsi.....	11
2.1.1.4 Langkah- Langkah Pengambilan Keputusan Konsumsi.....	11
2.1.2 Pendidikan Karakter.....	12
2.1.2.1 Pengertian Pendidikan Karakter	12
2.1.2.2 Indikator Pendidikan Karakter.....	13

2.1.3 <i>Snob Effect</i>	14
2.1.3.1 Pengertian <i>Snob Effect</i>	14
2.1.3.2 Indikator <i>Snob Effect</i>	15
2.1.4 Kondisi Sosial Ekonomi	15
2.1.4.1 Pengertian Kondisi Sosial Ekonomi	15
2.1.4.2 Indikator Kondisi Sosial Ekonomi.....	16
2.1.5 Teori Yang Mendasari Pengambilan Keputusan Konsumsi dan Faktor Yang Memengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumsi.....	16
2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan	17
2.3 Kerangka Konseptual	21
2.4 Hipotesis Penelitian.....	24
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Metode Penelitian.....	25
3.2 Desain Penelitian.....	25
3.3 Variabel Penelitian	26
3.4 Operasionalisasi Variabel	26
3.5 Populasi dan Sampel	29
3.5.1 Populasi Penelitian.....	29
3.5.2 Sampel Penelitian.....	30
3.6 Teknik Pengumpulan Data	32
3.7 Instrumen Penelitian	33
3.8 Teknik Analisis Data.....	35
3.8.1 Analisis Statistika Deskriptif	35
3.8.1.1 Uji Validitas.....	35
3.8.1.2 Uji Reliabilitas	38
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	41
3.8.4 Uji Hipotesis	42
3.8.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	43
3.8.6 Sumbangan Efektif dan Relatif.....	43
3.8.6.1 Sumbangan Efektif	43

3.8.8.2 Sumbangan Relatif.....	43
3.9 Langkah-langkah Penelitian.....	44
3.10 Waktu dan Tempat Penelitian	45
3.10.1 Tempat Penelitian	45
3.10.2 Waktu Penelitian	45
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	47
4.1.1 Deskripsi Data Penelitian.....	47
4.1.1.1 Klasifikasi Responden	47
4.1.2 Analisis Data Responden	48
4.1.2.1 Deskripsi Variabel Pengambilan Keputusan Konsumsi	48
4.1.2.2 Deskripsi Variabel Pendidikan Karakter	50
4.1.2.3 Deskripsi Variabel <i>Snob Effect</i>	52
4.1.2.4 Deskripsi Variabel Kondisi Sosial Ekonomi	53
4.1.2.5 Deskripsi Variabel Berdasarkan Status Mahasiswa, Pekerja, dan Tidak Bekerja.....	55
4.1.3 Hasil Analisis Data	57
4.1.3.1 Uji Asumsi Klasik	57
4.1.3.1.1 Uji Normalitas	57
4.1.3.1.2 Uji Multikolinearitas.....	58
4.1.3.1.3 Uji Heteroskedastisitas	59
4.1.3.1.4 Uji Linearitas	59
4.1.3.2 Analisis Regresi Linear Berganda	60
4.1.3.3 Uji Hipotesis	62
4.1.3.3.1 Uji Statistik T.....	62
4.1.3.3.2 Uji Statistik F	64
4.1.3.4 Koefisien Determinasi	65
4.1.3.5 Sumbangan Efektif	67
4.1.3.6 Sumbangan Relatif.....	67
4.2 Pembahasan.....	68

4.2.1 Pengaruh Pendidikan Karakter Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumsi.....	68
4.2.2 Pengaruh <i>Snob Effect</i> Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumsi...	72
4.2.3 Pengaruh Kondisi Sosial Ekonomi Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumsi.....	76
4.2.4 Pengaruh Pendidikan Karakter, <i>Snob Effect</i> , dan Kondisi Sosial Ekonomi Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumsi.....	80
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	85
5.1 Simpulan	85
5.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Yang Relevan	18
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	27
Tabel 3.2 Data Jumlah Generasi Z Usia 21-25 Di Kota Tasikmalaya	30
Tabel 3.3 Skala <i>Likert</i>	32
Tabel 3.4 Instrumen Penelitian	33
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas	36
Tabel 3.6 Rangkuman Hasil Uji Validitas	38
Tabel 3.7 Tingkat Keandalan	39
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 3.9 Langkah-Langkah Penelitian	44
Tabel 3.10 Jadwal Perencanaan Penelitian	46
Tabel 4.1 Deskripsi Variabel Pengambilan Keputusan Konsumsi	48
Tabel 4.2 Deskripsi Variabel Pendidikan Karakter	50
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel <i>Snob Effect</i>	52
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Kondisi Sosial Ekonomi	54
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel berdasarkan Status	55
Tabel 4.6 Rangkuman Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4.7 Rangkuman Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4.8 Rangkuman Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel 4.9 Rangkuman Uji Linearitas	60
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	61
Tabel 4.11 Rangkuman Uji T	63
Tabel 4.12 Hasil Uji Statistik F	65
Tabel 4.13 Rangkuman Koefisien Determinasi (R^2)	66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Pembelian Impulsif Generasi Z Berdasarkan Usia Di Kota Tasikmalaya	2
Gambar 1.2 Alasan Generasi Z di Kota Tasikmalaya Melakukan Pembelian Impulsif	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	23

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1.1 Surat Izin Observasi Penelitian	96
1.2 Form Usulan Judul Skripsi	97
1.3 Keterangan Revisi Proposal	98
1.4 Form Hasil Perbaikan Proposal	99
1.5 Keterangan Revisi Seminar Hasil	102
1.6 Form Perbaikan Seminar Hasil	103
1.7 SK Pembimbing	107
2.1 Angket Uji Coba Instrumen	109
2.2 Tabulasi Data Uji Coba Instrumen	113
2.3 Daftar Nama Responden Uji Coba Instrumen	123
2.4 Hasil Uji Validitas	126
2.5 Hasil Uji Reliabilitas	137
3.1 Angket Instrumen Penelitian	139
3.2 Tabulasi Data	144
3.3 Rekapitulasi Jawaban Responden	166
3.4 Daftar Nama Responden Penelitian	170
3.5 Hasil Uji Validitas	176
3.6 Hasil Uji Reliabilitas	188
3.7 Hasil Uji Asumsi Klasik	189
3.8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	191
3.9 Hasil Uji Hipotesis	191
3.10 Hasil Koefisien Determinasi R^2	192
4.1 Dokumentasi	194
4.2 Daftar Riwayat Hidup	195