

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	15
C. Rumusan Masalah	15
D. Tujuan Penelitian	16
E. Kegunaan Penelitian.....	17
1. Manfaat Teoritis	17
2. Manfaat Praktis	17
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	18
1. Ruang Lingkup	18
2. Keterbatasan Penelitian	18
G. Penegasan Istilah.....	19
1. Definisi Konseptual.....	19
2. Definisi Operasional.....	21
H. Sistematika Pembahasan	21
BAB II LANDASAN TEORI	22
A. Gaya Hidup	22
1. Definisi Gaya Hidup.....	22
2. Jenis Gaya Hidup Konsumen	23
B. Gaya Hidup Hedonis	25

1. Pengertian Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis	25
2. Indikator Gaya Hidup Hedonis	27
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup Hedonis.....	29
C. Literasi Keuangan	32
1. Definisi Literasi keuangan.....	32
2. Faktor-Faktor Literasi Keuangan	34
3. Indikator Literasi Keuangan.....	35
D. Perilaku Konsumtif	37
1. Definisi Perilaku Konsumtif.....	37
2. Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif	38
3. Indikator Perilaku Konsumtif.....	42
E. Penelitian Terdahulu	44
F. Kerangka Konseptual.....	51
G. Hipotesis Penelitian.....	51
BAB III METODE PENELITIAN	52
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	52
1. Pendekatan Penelitian	52
2. Jenis Penelitian	52
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian.....	53
1. Populasi	53
2. Sampling.....	53
3. Sampel Penelitian	54
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukurannya	55
1. Sumber Data	55
2. Variabel	56
3. Skala Pengukuran	56
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	57
1. Teknik Pengumpulan Data	57
2. Instrumen Penelitian.....	58
E. Teknis Analisis Data	59
1. Uji Instrumen Data	59

2. Uji Asumsi Klasik	60
3. Uji Regresi Linier Berganda	62
4. Uji Hipotesis	62
5. Koefisien Determinasi (R ²)	64
BAB IV HASIL PENELITIAN	65
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	65
1. Profil PT Shopee	65
2. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Satu Tulungagung	67
3. Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	67
B. Paparan Hasil Penelitian	70
1. Deskripsi Responden	70
2. Deskripsi Variabel Penelitian	74
C. Hasil Analisis Data	77
1. Uji Instrumen Data	77
2. Asumsi Klasik	79
3. Analisis Regresi Linier Berganda	82
4. Uji Hipotesis	83
5. Uji Koefisien Determinasi (R Square)	86
BAB V PEMBAHASAN	88
A. Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif Belanja <i>Online di Marketplace</i> Shopee pada Mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung	88
B. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Belanja <i>Online di Marketplace</i> Shopee pada Mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung	91
C. Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Belanja <i>Online di Marketplace</i> Shopee pada Mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung	94
BAB VI PENUTUP	97
A. Kesimpulan	97
B. Saran	98