

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam.....	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	iii
Halaman Pengesahan Penguji.....	iv
Halaman Pernyataan Keaslian Tulisan	v
Halaman Surat Pernyataan Kesiapan Publikasi Karya Ilmiah.....	vi
Halaman Motto	vii
Halaman Persembahan.....	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel.....	xv
Daftar Gambar	xvii
Daftar Lampiran	xviii
Abstrak.....	xix
Abstract.....	xx
 BAB I : PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Rumusan Masalah	12
D. Tujuan Penelitian.....	12
E. Kegunaan Penelitian.....	13
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	14
G. Penegasan Istilah	15
H. Sistematika Skripsi	17

BAB II : LANDASAN TEORI20

A. Teori Perilaku (<i>Behaviorisme Theory</i>)	20
B. Perilaku Konsumen	22
C. Perilaku Konsumtif.....	26
D. Perilaku Konsumtif Generasi Z Pengguna Aplikasi TikTok.....	29
E. Iklan	31
F. Konformitas	35
G. Gaya Hidup.....	38
H. Konsumtif dalam Islam	41
I. Kajian Penelitian Terdahulu	46
J. Kerangka Konseptual	50
K. Hipotesis Penelitian	50

BAB III : METODE PENELITIAN53

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	53
B. Populasi, Sampling, Sampel Penelitian.....	54
1. Populasi.....	54
2. Sampling	55
3. Sampel Penelitian.....	55
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	56
1. Sumber Data.....	56
2. Variabel	56
3. Skala Pengukuran.....	57
D. Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian	58
1. Teknik Pengumpulan Data	58
2. Instrumen Penelitian.....	59
E. Teknik Analisis Data	60
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	60
2. Uji Asumsi Klasik	61
a. Uji Normalitas	61
b. Uji Multikolinearitas.....	62
c. Uji Heteroskedastisitas	62
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
4. Uji Hipotesis.....	64
a. Pengujian Simultan (Uji-F)	64
b. Pengujian Parsial (Uji-t)	64
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	65

BAB IV : HASIL PENELITIAN.....66

A. Deskripsi Obyek Penelitian.....	66
1. Sejarah Aplikasi TikTok	66
2. Manfaat dan Kegunaan TikTok	68
B. Deskripsi Karakteristik Data Responden	69
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Status	71
C. Deskripsi Variabel Penelitian	72
a. Iklan	73
b. Konformitas	73
c. Gaya Hidup	74
d. Perilaku Konsumtif	75
D. Uji Validitas dan Reliabilitas	75
1. Uji Validitas	75
2. Uji Reliabilitas	79
E. Uji Asumsi Klasik.....	81
1. Uji Normalitas.....	81
2. Uji Multikolineritas.....	83
3. Uji Heteroskedastisitas.....	84
F. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	86
G. Uji Hipotesis	89
1. Pengujian Simultan (Uji-F).....	91
2. Pengujian Parsial (Uji-t).....	92
3. Uji Koefisien Determinasi	93

BAB V : PEMBAHASAN95

A. Pengaruh Iklan, Konformitas dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pengguna Aplikasi TikTok di Kabupaten Tulungagung	95
B. Pengaruh Iklan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pengguna Aplikasi TikTok di Kabupaten Tulungagung	97
C. Pengaruh Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pengguna Aplikasi TikTok di Kabupaten Tulungagung	100

D. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pengguna Aplikasi TikTok di Kabupaten Tulungagung.....	104
E. Perilaku Konsumtif Generasi Z Pengguna Aplikasi TikTok di Kabupaten Tulungagung dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	107
BAB VI : PENUTUP	111
A. Kesimpulan	111
B. Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	119

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Negara Pengguna TikTok Terbanyak	2
Tabel 1.2 Data Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Tulungagung	4
Tabel 2.1. Kajian Penelitian Terdahulu.....	46
Tabel 3.1. Skala <i>Likert</i> dalam Penelitian	57
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian	59
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	69
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	70
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	70
Tabel 4. 4 Status Responden	71
Tabel 4. 5 Hasil Data Variabel Iklan.....	73
Tabel 4. 6 Hasil Data Variabel Konformitas.....	73
Tabel 4. 7 Hasil Data Variabel Gaya Hidup	74
Tabel 4. 8 Hasil Data Variabel Perilaku Konsumtif	75
Tabel 4. 9 Validitas Iklan	76
Tabel 4. 10 Validitas Konformitas	77
Tabel 4. 11 Validitas Gaya Hidup	77
Tabel 4. 12 Validitas Perilaku Konsumtif.....	78
Tabel 4. 13 Reliabilitas Iklan	80
Tabel 4. 14 Reliabilitas Konformitas	80
Tabel 4. 15 Reliabilitas Gaya Hidup	80
Tabel 4. 16 Reliabilitas Perilaku Konsumtif	81
Tabel 4. 17 Hasil Uji <i>One-Sample Kolmogorov Smirnov</i>	82
Tabel 4. 18 Hasil Uji Normalitas P-Plot	83
Tabel 4. 19 Hasil Uji Multikolinieritas	84
Tabel 4. 20 Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Scatterplot</i>	85

Tabel 4. 21 Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Glejser</i>	86
Tabel 4. 22 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	87
Tabel 4. 23 Hasil Uji F-test.....	91
Tabel 4. 24 Hasil Uji t-tes	92
Tabel 4. 25 Hasil Uji Koefisien Determinasi	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna TikTok Terdaftar Selama Bertahun-tahun	2
Gambar 1.2 Barang Paling Banyak di Beli pada TikTok.....	5
Gambar 2.1 Skema Kerangka Konseptual	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	120
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner	125
Lampiran 3 Hasil Uji Analisis Data	133
Lampiran 4 Surat Permohonan Izin Penelitian	138
Lampiran 5 Kartu Bukti Bimbingan	139
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup.....	151