

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan Penelitian	12
1.5 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu	14
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen.....	14
2.1.2 Teori Perilaku Konsumen Islam	17
2.1.3 Teori Konsumsi dalam Islam.....	18
2.1.4 Perilaku Konsumtif.....	21
2.1.5 Kemudahan Penggunaan <i>Digital payment</i>	22
2.1.6 Gaya Hidup.....	23
2.1.7 Religiusitas	24
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	28
2.3.1 Pengaruh Kemudahan Penggunaan <i>Digital Payment</i> terhadap Perilaku Konsumtif	28
2.3.2 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif	29
2.3.3 Pengaruh Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif.....	30
2.4 Kerangka Pemikiran Penelitian	31
2.5 Hipotesis Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	34
3.1.1 Variabel Penelitian	34
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	35
3.2 Populasi dan Sampel.....	40

3.2.1 Populasi	40
3.2.2 Sampel	40
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	41
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	42
3.5 Metode Analisis	43
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	43
3.5.2 Uji Instrumen Data	45
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	46
3.5.4 Uji Hipotesis	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	52
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
4.2 Gambaran Umum Responden.....	54
4.2.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	54
4.2.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.2.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
4.2.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendapatan	57
4.3 Metode Analisis Data	58
4.3.1 Analisis Indeks Jawaban.....	58
4.3.2 Uji Instrumen Data	65
4.3.3 Deteksi Asumsi Klasik	68
4.3.4 Uji Hipotesis	73
4.4 Pembahasan	78
4.4.1 Pengaruh Kemudahan Penggunaan <i>Digital payment</i> terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Kota Semarang	78
4.4.2 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Kota Semarang	80
4.4.3 Pengaruh Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Kota Semarang	82
BAB V PENUTUP.....	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Keterbatasan Penelitian	85
5.3 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN – LAMPIRAN	92