DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN v
ABSTRACT vi
ABSTRAK vii
KATA PENGANTAR viii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian 10
1.3.1 Tujuan Penelitian 10
1.3.2 Kegunaan Penelitian 10
1.4 Sistematika Penulisan 11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 13
2.1 Landasan Teori 13
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen 13
2.1.2 Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Ekonomi Islam 15
2.2 Model Teoritis 18
2.3 Hubungan Antar Variabel 19
2.3.1 Hubungan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif 19
2.3.2 Hubungan Jumlah Layanan Shopee yang Digunakan terhadap Perilaku Konsumtif 20
2.3.3 Hubungan *Voucher* terhadap Perilaku Konsumtif 21
2.3.4 Hubungan Akses *Shopee PayLater* terhadap Perilaku Konsumtif 23
2.4 Penelitian Terdahulu 24
2.5 Kerangka Penelitian Teoritis 28

2.6 Hipotesis Penelitian ……30

BAB III METODE PENELITIAN 31
3.1 Variabel Penelitian dan Definisis Operasional Variabel 31
3.1.1 Jenis Variabel Penelitian 31
3.1.2 Definisi Operasional Variabel 31
3.2 Populasi dan Sampel 33
3.2.1 Populasi Penelitian 33
3.2.2 Teknik Penentuan Sampel 34
3.2.3 Ukuran Sampel 35
3.3 Jenis dan Sumber Data 37
3.3.1 Jenis Data 37
3.3.2 Sumber Data 37
3.4 Metode Pengumpulan Data 38
3.5 Metode Analisis 40
3.5.1 Analisis Deskriptif 40
3.5.2 Uji Instrumen Data 41
3.5.3 Analisis Regresi Linear 42
3.5.4 Deteksi Asumsi Klasik 43
3.5.5 Uji Statistik 45

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 48
4.1 Deskripsi Objek Penelitian 48
4.2 Gambaran Umum Responden 49
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 49
4.2.2 Distribusi Berdasarkan Tahun Masuk Kuliah 49
4.2.3 Distribusi Berdasarkan Fakultas 51
4.3 Hasil Penelitian 52
4.3.1 Analisis Deskriptif 52
4.3.2 Uji Instrumen Data 55
4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda 57
4.3.4 Deteksi Asumsi Klasik 60
4.3.5 Uji Statistik 64
4.4 Pembahasan 66

4.4.1 Pengaruh Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim 66
4.4.2 Pengaruh Jumlah Layanan Shopee yang Digunakan terhadap Perilaku Konsumtif 68
4.4.3 Pengaruh Jumlah *Voucher* terhadap Perilaku Konsumtif 69
4.4.4 Pengaruh Akses Shopee *PayLater* terhadap Perilaku Konsumtif 72

BAB V PENUTUP 74
5.1 Kesimpulan 74
5.2 Keterbatasan 75
5.3 Implikasi Kebijakan 76
5.4 Saran untuk Penelitian yang akan Datang 77
DAFTAR PUSTAKA 78
LAMPIRAN -LAMPIRAN 82

UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
FEB UNDIP