DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN v
ABSTRACT v
ABSTRAK vii
KATA PENGANTAR viii
DAFTAR ISI xii
DAFTAR TABEL xvi
DAFTAR GAMBAR xvii
DAFTAR LAMPIRAN xviii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 16
1.3 Tujuan Penelitian 18
1.4 Manfaat Penelitian 19
1.5 Sistematika Penulisan 21
BAB II TELAAH PUSTAKA 23
2.1 Landasan Teori 23
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen 23
2.1.2 Theory of Planned Behavior (TPB) *27*
2.1.3 Technology Acceptance Model (TAM) *29*
2.1.4 Perilaku Konsumtif 31
2.1.5 *E-Commerce* (Shopee) 34
2.1.6 Gaya Hidup 36
2.1.7 Literasi Keuangan Islam 37

2.1.8 Penggunaan *e-money* 40
2.2 Hubungan Antar Variabel 42
2.2.1 Hubungan Gaya Hidup Terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee (Studi Mahasiswa muslim Undip) 42
2.2.2 Hubungan Literasi Keuangan Islam terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee (Studi Mahasiswa Muslim Undip) 43
2.2.3 Hubungan Penggunaan *E-Money* terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee (Studi Mahasiswa Muslim Undip) 45
2.3 Penelitian Terdahulu 46
2.4 Kerangka Penelitian 53
2.5 Hipotesis Penelitian 54
BAB III METODE PENELITIAN 56
3.1 Variabel penelitian dan Definisi Operasional penelitian 56
3.1.1 Variabel penelitian 56
3.1.2 Definisi Operasional Variabel 57
3.2 Populasi dan Sampel 60
3.2.1 Populasi 61
3.2.2 Sampel 63
3.3 Jenis dan Sumber Data 66
3.4 Metode Pengumpulan data 67
3.5 Metode Analisis 68
3.5.1 Analisis *statistic deskriptif* 69
3.5.2 Instrumen Penelitian 70
3.5.2.1 Uji Validitas 70
3.5.2.2 Uji Reliabilitas 71
3.5.3 Deteksi Asumsi Klasik 72
3.5.3.1 Deteksi Normalitas 73
3.5.3.2 Deteksi Multikolinearitas 73
3.5.3.3 Deteksi Heteroskedastisitas 74
3.5.4 Uji Analisis Regresi Berganda 75
3.5.5 Uji Hipotesis 76
3.5.5.1 Uji F (Simultan) 77

3.5.5.2 Uji t (Uji Parsial) 78
3.5.5.3 Koefisien Determinasi (R^2) 80
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 82
4.1 Deskripsi Objek Penelitian 82
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 82
4.1.2 Gambaran Umum Responden 83
4.1.2.1 Responden Berdasarkan Fakultas 84
4.1.2.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan pengeluaran 85
4.1.2.3 Responden Berdasarkan Lama penggunaan Shopee dan Frekuensi Berbelanja di Shopee 86
4.2 Analisis Data 88
4.2.1 Analisis Deskriptif 88
4.2.1.1 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Gaya Hidup 90
4.2.1.2 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Literasi Keuangan Islam 91
4.2.1.3 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Penggunaan *E-Money* 92
4.2.1.4 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Perilaku Konsumtif pengguna Shopee (Y) 93
4.2.2 Uji Kualitas Instrumen 94
4.2.2.2 Uji Validitas 94
4.2.2.2 Uji Reliabilitas 95
4.2.3 Deteksi penyimpangan Asumsi Klasik 96
4.2.3.1 Deteksi Normalitas Data 96
4.2.3.2 Deteksi Multikolinearitas 100
4.2.3.3 Deteksi Heteroskedastisitas 101
4.2.4 Pengujian Hipotesis 103
4.2.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda 103
4.2.4.2 Uji Simultan (Uji F) 105
4.2.4.3 Uji Parsial (Uji t) 106
4.2.4.4 Koefisien Determinasi ((R^2) 108
4.3 Pembahasan 108

4.3.1 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pengguna Shopee 108
4.3.2 Pengaruh Literasi Keuangan Islam terhadap Perilaku Konsumtif pengguna Shopee 111
4.3.3 Pengaruh Penggunaan *E-Money* terhadap Perilaku Konsumtif pengguna Shopee 113
BAB V PENUTUP 117
5.1 Kesimpulan 117
5.2 Keterbatasan Penelitian 118
5.3 Saran 118
DAFTAR PUSTAKA 121
LAMPIRAN-LAMPIRAN 129

UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
FEB UNDIP