

## DAFTAR ISI

|                                              |      |
|----------------------------------------------|------|
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....              | iii  |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> ..... | iv   |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                  | v    |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....             | vii  |
| <b>ABSTRAK</b> .....                         | viii |
| <b>ABSTRACT</b> .....                        | ix   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                      | x    |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                    | xiii |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                   | xiv  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                 | xv   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....               | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....                     | 1    |
| 1.2 Identifikasi Masalah .....               | 8    |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                  | 8    |
| 1.4 Kegunaan Penelitian .....                | 8    |
| 1.5 Waktu dan Periode Penelitian .....       | 9    |
| 1.6 Sistematika Penelitian .....             | 9    |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....         | 11   |
| 2.1 Rangkuman Teori .....                    | 11   |
| 2.1.1 Teori Stimulus - Respons .....         | 11   |
| 2.1.2 Perilaku Konsumen .....                | 11   |
| 2.1.3 Pemasaran .....                        | 12   |
| 2.1.4 Komunikasi Pemasaran .....             | 12   |
| 2.1.5 Media Sosial .....                     | 15   |
| 2.1.6 Perilaku Konsumtif .....               | 16   |
| 2.1.8 Remaja .....                           | 18   |
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....               | 19   |
| 2.3 Kerangka Penelitian .....                | 26   |
| 2.4 Hipotesis Penelitian .....               | 26   |
| 2.5 Ruang Lingkup Penelitian .....           | 27   |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....       | 28   |

|                                                                        |           |
|------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.1 Jenis Penelitian .....                                             | 28        |
| 3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran .....                    | 28        |
| 3.3 Populasi dan Sampel .....                                          | 33        |
| 3.4. Teknik Pengumpulan Data .....                                     | 35        |
| 3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas .....                               | 36        |
| 3.6 Teknik Analisis Data .....                                         | 40        |
| 3.6.1 Analisis Deskriptif .....                                        | 40        |
| 3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....                                           | 41        |
| 3.6.3 Analisis Regresi Linear Sederhana .....                          | 42        |
| 3.6.4 Uji Hipotesis (Uji t) .....                                      | 42        |
| <b>BAB IV HASIL PEMBAHASAN .....</b>                                   | <b>44</b> |
| 4.1 Karakteristik Responden .....                                      | 44        |
| 4.2 Hasil Penelitian.....                                              | 48        |
| 4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif .....                              | 48        |
| 4.2.2 Tabel Deskripsi Hasil Kuisisioner Variabel Promosi (X) .....     | 50        |
| 4.2.3 Tabel Deskripsi Pernyataan Variabel Perilaku Konsumtif (Y) ..... | 62        |
| 4.3 Hasil Uji Prasyarat Analisis .....                                 | 67        |
| 4.3.1 Hasil Uji Normalitas .....                                       | 67        |
| 4.3.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                              | 68        |
| 4.3.3 Hasil Uji Multikolinearitas .....                                | 69        |
| 4.3.4 Analisis Regresi Linear Sederhana .....                          | 70        |
| 4.4 Uji Hipotesis.....                                                 | 71        |
| 4.4.1 Uji t (Parsial).....                                             | 71        |
| 4.4.2 Uji F (Simultan).....                                            | 72        |
| 4.4.3 Koefisien Determinasi .....                                      | 72        |
| 4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....                                   | 74        |
| 4.5.1 Promosi (X).....                                                 | 74        |
| 4.5.2 Pengaruh Promosi Terhadap Pembelian Impulsif .....               | 75        |
| 4.5.3 Pengaruh Promosi Terhadap <i>Wasteful Buying</i> .....           | 76        |
| 4.5.4 Pengaruh Promosi Terhadap <i>Non Rational Buying</i> .....       | 77        |
| 4.5.5 Pengaruh Promosi Terhadap Perilaku Konsumtif .....               | 78        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                                | <b>81</b> |
| 5.1 Kesimpulan.....                                                    | 81        |
| 5.2 Saran .....                                                        | 81        |

|                             |           |
|-----------------------------|-----------|
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b> | <b>82</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>        | <b>85</b> |