

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	6
E. Kerangka Berpikir.....	7
F. Hipotesis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Hasil Penelitian Terdahulu	12
B. Deskripsi Teori.....	13
1. <i>Doom spending</i>	13
2. Perilaku Konsumsi.....	17
C. Teori Budaya Konsumen Mike Featherstone	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
A. Objek Penelitian	25
B. Pendekatan dan Metode Penelitian.....	25
C. Jenis dan Sumber Data Penelitian	26
D. Teknik Pengumpulan Data	27
E. Populasi dan sampel.....	30
F. Operasional Variabel	33
G. Analisis Uji Instrumen.....	36

H. Analisis Hasil Penelitian.....	38
I. Tempat dan Waktu Penelitian.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Kondisi Objektif Lokasi Penelitian.....	45
1. Letak Geografis Lokasi Penelitian.....	45
2. Jumlah Mahasiswa FISIP.....	46
3. Keadaan Mahasiswa FISIP UIN Sunan Gunung Djati Bandung...	46
4. Identitas Responden.....	47
B. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	51
1. Pengujian Validitas Instrumen.....	52
2. Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	54
3. Uji Normalitas.....	55
4. Analisis Data Inferensial.....	56
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	65
1. Tingkat Indikasi <i>Doom Spending</i> Pada Generasi Z Mahasiswi FISIP UIN Sunan Gunung Djati Bandung (X)	65
2. Tingkat Perilaku konsumsi Generasi Z Pada Mahasiswi FISIP UIN Sunan Gunung Djati Bandung (Y)	65
3. Pengaruh <i>Doom Spending</i> Terhadap Perilaku Konsumsi Generasi Z	66
BAB V PENUTUP.....	76
A. Simpulan.....	76
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	82
RIWAYAT HIDUP.....	97