

## DAFTAR ISI

ABSTRAK	
SURAT PERNYATAAN PLAGIAT	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
RIWAYAT HIDUP	
MOTTO & PERSEMBAHAN	
KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	8
C. Rumusan Masalah .....	10
D. Tujuan Penulisan .....	10
E. Kegunaan Penelitian .....	11
F. Kerangka Berfikir .....	11
G. Hipotesis Penelitian .....	21
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Terdahulu .....	22
B. Kajian Teoritis .....	25
1. Pengertian Iklan .....	25

2. Iklan pada Media Televisi .....	34
3. Pengertian Gaya Hidup Konsumtif .....	42
C. Grand Teori .....	57
1. Teori Jarum Hipodemik .....	57
2. Teori Pertukaran Sosial (George C. Homans) .....	63
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Metodologi Penelitian .....	75
B. Populasi dan Sampel .....	76
C. Jenis data .....	79
D. Sumber data .....	79
E. Operasional Variabel .....	80
F. Skala Pengukuran .....	84
G. Teknik Pengumpulan Data .....	85
H. Teknik Analisis Data .....	87
I. Tempat dan Jadwal Penelitian .....	92
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	94
B. Iklan pada Media Massa Televisi .....	97
C. Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa .....	102
D. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	106
1. Uji Validitas .....	107
2. Uji Reliabilitas .....	109
E. Hasil dan Pembahasan .....	110

1. Deskripsi variabel X (Iklan pada Media Massa Televisi) .....	110
2. Deskripsi variabel Y (Gaya Hidup Konsumtif) .....	119
3. Uji Normalitas .....	126
4. Koefisien Korelasi Product Moment Pearson .....	128
5. Regresi Linier Sederhana .....	129
6. Uji Hipotesis dengan menggunakan Uji t .....	131
7. Uji Determinasi .....	132
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan .....	134
B. Saran.....	135
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	137
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tingkat Konsumsi Media di Indonesia Tahun 2017 .....	4
Tabel 3.1 Operasional Variabel .....	85
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	91
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian.....	95
Tabel 4.1 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel X .....	108
Tabel 4.2 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Y.....	109
Tabel 4.3 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner variabel X dan Y .....	110
Tabel 4.4 Model yang Menarik.....	111
Tabel 4.5 Model Iklan yang Terkenal .....	111
Tabel 4.6 Model yang Terampil Memberi Kesan Positif pada Produk.....	112
Tabel 4.7 Pesan Iklan yang Positif.....	113
Tabel 4.8 Pesan Iklan yang Dimengerti .....	113
Tabel 4.9 Pesan Iklan yang Menarik.....	114
Tabel 4.10 Membandingkan Suatu Merk.....	115
Tabel 4.11 Pesan Iklan pada Suatu Produk yang Berhadiah.....	115
Tabel 4.12 Slogan yang Unik dan Menarik .....	116
Tabel 4.13 Slogan yang Mencerminkan Orisinalitas Produk.....	117
Tabel 4.14 Slogan Iklan yang Mudah Dipahami .....	117
Tabel 4.15 Slogan Iklan yang Mengundang Rasa Penasaran <i>Audience</i> .....	118
Tabel 4.16 Tidak Merasa Puas dengan Barang yang Dimiliki.....	119
Tabel 4.17 Berbelanja Secara Berlebihan .....	120
Tabel 4.18 Berbelanja Produk yang Tidak Dibutuhkan.....	120

Tabel 4.19 Belanja Secara Boros untuk Memenuhi Keinginan .....	121
Tabel 4.20 Belanja Barang Baru padahal Barang Lama Masih Terpakai .....	122
Tabel 4.21 Selalu Tampil Modis dan <i>Trendy</i> .....	122
Tabel 4.22 Merasa Ketinggalan Zaman Jika tidak Tampil <i>Trendy</i> .....	123
Tabel 4.23 Membeli Barang untuk Menaikan Kelas Sosial.....	123
Tabel 4.24 Merasa Gengsi Jika tidak Memiliki Produk Keluaran Terbaru .....	124
Tabel 4.25 Membeli Produk untuk Meningkatkan Rasa Percaya Diri.....	125
Tabel 4.26 Berbelanja untuk Meningkatkan Eksistensi Diri .....	125
Tabel 4.27 Uji Normalitas Data dengan Kolmogorov-Smirnov .....	127
Tabel 4.28 Hasil <i>Output Spss</i> Korelasi <i>Product Moment Pearson</i> .....	129
Tabel 4.29 Korelasi Regresi Sederhana .....	130
Tabel 4.30 Koefisien Determinasi .....	133



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Kerangka Berfikir .....20

