

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	12
1.3.1 Maksud Penelitian	12
1.3.2 Tujuan Penelitian	12
1.4 Kegunaan Penelitian	12
1.4.1 Kegunaan Teoritis	12
1.4.2 Kegunaan Praktis	13
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Alasan Pemilihan Teoritis	14
2.2 <i>Celebrity Worship</i>	15
2.2.1 <i>Celebrity</i>	15
2.2.2 Definisi <i>Celebrity Worship</i>	16
2.2.3 Dimensi <i>Celebrity Worship</i>	18
2.2.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Celebrity Worship</i>	20
2.3 Perilaku <i>Compulsive Buying</i>	21
2.3.1 Definisi <i>Compulsive Buying</i>	21
2.3.2 Kriteria <i>Compulsive Buying</i>	22
2.3.3 Klasifikasi <i>Compulsive Buying</i>	23
2.3.4 Dimensi <i>Compulsive Buying</i>	24
2.3.5 Siklus <i>Compulsive Buying</i>	25

2.3.6 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Compulsive Buying</i>	26
2.4 Dewasa Awal	29
2.4.1 Definisi Dewasa Awal	29
2.4.2 Tugas Perkembangan Dewasa Awal	30
2.4.3 Ciri Umum Masa Dewasa Awal	31
2.4.4 Masa Transisi Dewasa Awal	32
2.5 Kerangka Pikir	33
Skema Kerangka Pikir	39
2.6 Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	41
3.2 Variabel Penelitian	42
3.2.1 Identifikasi Variabel	42
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	42
3.2.2.1 <i>Celebrity Worship</i>	42
3.2.2.2 Perilaku <i>Compulsive Buying</i>	43
3.3 Alat Ukur	44
3.3.1 Alat Ukur <i>Celebrity Worship</i>	45
3.3.2 Alat Ukur Perilaku <i>Compulsive Buying</i>	47
3.4 Pengujian Alat Ukur	50
3.4.1 Uji Validitas	50
3.4.2 Uji Reliabilitas	51
3.5 Populasi dan Sampel	53
3.5.1 Populasi	53
3.5.2 Sampel	53
3.6 Teknik Analisis	55
3.6.1 Perhitungan Kriteria <i>Celebrity Worship</i>	55
3.6.2 Perhitungan Kriteria Perilaku <i>Compulsive Buying</i>	56
3.7 Teknik Pengolahan Data Statistik	57
3.7.1 Uji Asumsi Klasik	57
3.7.1.1 Uji Homogentitas / Uji Heterokedastisitas	57
3.7.1.2 Uji Normalitas	58

3.7.1.3 Uji Linearitas	58
3.7.2 Uji Koefisien Regresi (Uji t)	58
3.7.3 Uji Koefisien Determinasi	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	59
4.1.1 Hasil Uji Asumsi Klasik	59
4.1.1.1 Hasil Uji Homogenitas / Heterokedastisitas	59
4.1.1.2 Hasil Uji Normalitas	60
4.1.1.3 Hasil Uji Linearitas	62
4.1.2 Hasil Uji Koefisien Regresi (Uji t)	62
4.1.3 Hasil Uji Regresi Sederhana	63
4.1.4 Hasil Uji Determinasi (<i>R square</i>)	64
4.1.5 Tabulasi Silang antara <i>Celebrity Worship</i> dengan Perilaku <i>Compulsive Buying</i>	67
4.1.6 Data Demografi Responden	68
4.1.7 Data Tambahan	71
4.2 Pembahasan	74
4.2.1 Pembahasan Pengaruh <i>Celebrity Worship</i> terhadap Perilaku <i>Compulsive Buying</i>	74
4.2.2 Pembahasan Pengaruh <i>Celebrity Worship Entertainment-social</i> terhadap Perilaku <i>Compulsive Buying</i>	76
4.2.3 Pembahasan Pengaruh <i>Celebrity Worship Intense-personal</i> terhadap Perilaku <i>Compulsive Buying</i>	78
4.2.4 Pembahasan Pengaruh <i>Celebrity Worship Borderline-pathological</i> terhadap Perilaku <i>Compulsive Buying</i>	79
BAB V SIMPULAN & SARAN	
5.1 Simpulan	81
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83