

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>.....</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiii</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	 <b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	7
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Kontribusi Penelitian.....	10
1.6. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian .....	10
1.7. Sistematika Penulisan.....	11
 <b>BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS .....</b>	 <b>13</b>
2.1. Etika Konsumen .....	13
2.2. Religiusitas .....	15
2.3. Idealisme .....	16
2.4. Materialisme.....	17
2.5. Relativisme.....	18
2.6. Orientasi Jangka Panjang .....	19
2.7. Pengembangan Hipotesis .....	19
2.7.1. Hubungan religiusitas intrinsik pada etika konsumen.....	19
2.7.2. Hubungan idealisme terhadap etika konsumen .....	20
2.7.3. Hubungan Materialisme terhadap Etika Konsumen.....	21
2.7.4. Hubungan relativisme pada Etika Konsumen .....	23
2.7.5. Hubungan Orientasi Jangka Panjang Terencana pada Etika Konsumen.....	24
2.7.6. Hubungan Orientasi Jangka Panjang Tradisi pada Etika Konsumen.....	24
2.8. Model Penelitian .....	25
 <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	 <b>26</b>
3.1. Desain Penelitian.....	26
3.2. Sampel Penelitian.....	26
3.3. Sumber Data.....	27
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	27

3.5.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	29
3.5.1.	Variabel Independen.....	29
3.5.1.1.	Religiusitas Intrinsik .....	29
3.5.1.2.	Idealisme .....	30
3.5.1.3.	Materialisme .....	31
3.5.1.4.	Relativisme .....	32
3.5.1.5.	Orientasi Jangka Panjang Terencana .....	33
3.5.1.6.	Orientasi Jangka Panjang Tradisi.....	34
3.5.2.	Etika Konsumen .....	34
3.6.	Pengujian Instrumen Penelitian.....	36
3.6.1.	Uji Validitas .....	36
3.6.2.	Uji Reliabilitas.....	38
3.7.	Uji Asumsi Klasik Multikolinearitas .....	39
3.8.	Metode Analisis Data .....	39
3.8.1.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
3.8.2.	Uji Goodness of Model Fit.....	40
3.8.3.	Pengujian Hipotesis .....	41

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 43**

4.1.	Analisis Deskriptif Karakteristik Responden .....	43
4.1.1.	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
4.1.2.	Responden Berdasarkan Usia.....	44
4.1.3.	Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	45
4.1.4.	Responden Berdasarkan Agama.....	45
4.2.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	46
4.2.1.	Hasil Uji Validitas .....	46
4.2.2.	Hasil Uji Reliabilitas .....	48
4.3.	Hasil Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas.....	49
4.4.	Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	50
4.5.	Hasil Uji Hipotesis .....	51
4.5.1.	Hasil Uji <i>Goodnes of Model Fit</i> Hipotesis 1 .....	51
4.5.2.	Hasil Uji <i>Goodnes of Model Fit</i> Hipotesis 2 .....	52
4.5.3.	Hasil Uji <i>Goodnes of Model Fit</i> Hipotesis 3 .....	52
4.5.4.	Hasil Uji <i>Goodnes of Model Fit</i> Hipotesis 4 .....	53
4.5.5.	Hasil Uji <i>Goodnes of Model Fit</i> Hipotesis 5 .....	53
4.5.6.	Hasil Uji <i>Goodnes of Model Fit</i> Hipotesis 6 .....	54
4.6.	Pembahasan .....	55
4.6.1.	Pengaruh Religiusitas Intrinsik pada Etika Konsumen .....	56
4.6.2.	Pengaruh Idealisme pada Etika Konsumen .....	56
4.6.3.	Pengaruh Materialisme pada Etika Konsumen .....	57
4.6.4.	Pengaruh Relativisme pada Etika Konsumen .....	58
4.6.5.	Pengaruh Orientasi Jangka Panjang Terencana pada Etika Konsumen.....	58
4.6.6.	Pengaruh Orientasi Jangka Panjang Tradisi pada Etika Konsumen.....	59

<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>61</b>
5.1. Kesimpulan.....	61
5.2. Implikasi .....	64
5.2.1. Implikasi Teoritis .....	64
5.2.2. Implikasi Manajerial.....	64
5.3. Keterbatasan Penelitian .....	65
5.4. Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	66
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	 <b>67</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>76</b>