

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Tujuan dan Sasaran Jangka Menengah SKPD.....	53
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
3. Karakteristik berdasarkan penghasilan	55
4. Uji Validitas Terpaan <i>Online Shop</i> Di <i>Instagram</i>	57
5. Uji Validitas Perilaku Konsumtif.....	58
6. Interpretasi Nilai R.....	59
7. Intensitas Mengakses <i>Instagram</i>	62
8. Membuka <i>Online Shop</i> Setiap Kali Masuk Ke <i>Instagram</i>	63
9. Ketertarikan PNS Berbelanja Di <i>Online Shop Instagram</i>	64
10. Produk Di <i>Online Shop Instagram</i> Lebih Bervariasi	65
11. Kemudahan Mengakses Toko Online Di <i>Instagram</i>	66
12. Pengetahuan Tentang Jenis-Jenis Produk Baru di <i>Online Shop Instagram</i>	67
13. Rasa Suka Dengan Produk-Produk di <i>Online shop Instagram</i>	68
14. Harga Di <i>Online Shop Instagram</i> Terjangkau Dibanding Butik/Mall....	69
15. Ingatan Responden Dengan Iklan Produk Di <i>Online shop Instagram</i>	70
16. Mengingat <i>Online Shop</i> Yang Menjual Model Produk Terbaru.....	71
17. Mengingat <i>Online Shop</i> Yang Menjual Produk Dengan Harganya Murah	72
18. Mengikuti Gaya Yang Dilakukan Model di <i>Online Shop Instagram</i>	73
19. Menirukan Model Produk Setelah Membuka <i>Online Shop</i> di <i>Instagram</i>	74
20. Rasa Puas Membuka <i>Online Shop Instagram</i> Dapat Mencari Referensi Seputar Produk <i>Up To Date</i>	75
21. Rasa Puas Membuka <i>Olshop Instagram</i> Dapat Memperoleh Rasa Damai Melalui Penambahan Pengetahuan Tentang Produk Terbaru	76
22. Merasa Puas Di <i>Olshop Instagram</i> Barang Lebih Bervariasi Dibanding Toko/Mall.....	77
23. Membuka <i>Online Shop</i> Di <i>Instagram</i> Mengisi Waktu Luang	78
24. Membuka <i>Online Shop</i> Di <i>Instagram</i> Dapat Menyalurkan Emosi	79
25. Membuka <i>Online Shop</i> Di <i>Instagram</i> Mendapatkan Hiburan Dan Kesenangan.....	80
26. Membeli Produk Di <i>Online Shop Instagram</i> Terlihat Lebih Gaul.....	81
27. Berbelanja Produk Mampu Mengubah Penampilan Terlihat Lebih Keren Dimata Orang Lain.....	82

28. Belanja Produk Di Online Shop Demi Menjaga Penampilan Tubuh.....	83
29. Mengikuti Mode Terbaru Untuk Tampil Modis	84
30. Produk Yang Dibeli Mencerminkan Status Pembelinya.....	85
31. Elegannya Seseorang Mampu Diwakili Dari Mahal Tidaknya Produk Yang Dikenakan	86
32. Bersedia Mengeluarkan Uang Untuk Menjaga Status	87
33. Barang Berlabel Brand Ternama Melambangkan Status Sosial	88
34. Responden Lebih Tinggi Status Sosialnya Dengan Memakai/ Membeli Produk <i>Branded</i>	89
35. Rasa Percaya Diri Seseorang Mengenakan Produk Mahal	90
36. Lebih Bangga Membeli Produk Mahal	90
37. Produk Mahal Menjamin Kepuasan Bagi Pemilikinya	91
38. Rasa Percaya Diri Ketika Memakai Atau Membeli Produk <i>Branded</i> Dengan Harga Mahal	92
39. Membeli Produk Dengan Merk Yang Berbeda.....	93
40. Membandingkan Kualitas Produk Dengan Jalan Memakai Dua Merek Yang Berbeda	94
41. Kecenderungan Memakai Produk Yang Berbeda Sesuai Mood	95
42. Rasa Senang Memakai Produk Berlabel Merk Yang Berbeda	96
43. Setiap <i>Hang Out</i> Mengenakan Produk Yang Berbeda.....	97
44. Interval Variabel X	99
45. Kategorisasi Terpaan <i>Online Shop</i> Di <i>Instagram</i>	99
46. Interval Variabel Y	101
47. Kategorisasi Perilaku Konsumtif (Y).....	102
48. Tabel Silang Terpaan <i>Online Shop</i> Di <i>Instagram</i> Terhadap Perilaku Konsumtif	103
49. Rekapitulasi Data Hasil Regresi Dan Uji T	105
50. Kriteria Penilaian Korelasi	108