

## **DAFTAR ISI**

	<b>Halaman</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>SANWACANA .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>

## **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif .....	10
2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumtif .....	10
2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif .....	11
2.2.3 Bentuk Perilaku Konsumtif.....	14
2.2.4 Hierarki Kebutuhan Maslow .....	18
2.3 Tinjauan Tentang Hermeneutika.....	21
2.4 Tinjauan Tentang Film.....	33
2.5 Kerangka Pikir .....	37

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Tipe Penelitian .....	39
3.2 Metode Penelitian.....	40
3.3 Objek penelitian .....	41
3.4 Fokus Penelitian .....	41
3.5 Definisi Konsep.....	41
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.7 Sumber Data.....	43
3.8 Teknik Analisis Data.....	43

### **BAB IV GAMBARAN UMUM**

4.1 Profil Film Confessions of a Shopaholic .....	45
4.1.1 Data Produksi Film .....	46
4.1.2 Profil Rumah Produksi.....	47
4.1.3 Sinopsis Film Confessions of a Shopaholic .....	49
4.1.4 Identifikasi Karakter Penokohan Film Confessions of a Shopaholic ..	50
4.1.5 Identifikasi Latar Tempat dan waktu .....	53

### **BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN**

5.1 Hasil Penelitian .....	56
5.1.1 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif .....	56
5.1.2 Bentuk Perilaku Konsumtif.....	61
5.1.3 Kebutuhan Harga Diri .....	71
5.2 Pembahasan.....	85

### **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

6.1 Kesimpulan .....	91
6.2 Saran.....	92

### **DAFTAR PUSTAKA**