

ABSTRAK

Nur Hidayah Nst, NIM. 7163341032. “Pengaruh Gaya Hidup dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Stambuk 2017 Universitas Negeri Medan”. Skripsi Jurusan Pendidikan Ekonomi, Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan 2020.

Permasalahan penelitian ini adalah rendahnya minat beli pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Stambuk 2017. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan penggunaan media sosial terhadap minat beli konsumen pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Stambuk 2017 Universitas Negeri Medan.

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan T.P 2020/2021 dengan jumlah populasi 112 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *probability* yaitu *simple random sampling* dan diperoleh sampel dalam penelitian ini berjumlah 87 responden. Dalam pengumpulan data menggunakan instrumen yang berupa kuesioner atau angket, kemudian data di analisis dengan menggunakan statistik deskriptif yang berupa analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan dengan program SPSS 22 *for windows* diperoleh koefisien determinasi (adjusted r square) sebesar 0,734 artinya kontribusi variabel gaya hidup dan penggunaan media sosial terhadap variabel minat beli sebesar 73,4% dan sisanya sebesar 26,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian. Berdasarkan uji t, variabel gaya hidup dan penggunaan media sosial memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,038 > 1,662$) dan ($7,736 > 1,662$) dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga secara parsial masing-masing variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli. Kemudian berdasarkan uji F, diperoleh hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($118,625 > 3,10$) dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa gaya hidup dan penggunaan media sosial secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Penggunaan Media Sosial, Minat Beli Konsumen.

ABSTRACT

Nur Hidayah Nst, NIM. 7163341032. "The Effect of Lifestyle and the Social Media on Consumer Purchase Interests in Economics Education Study Program Class of 2017, State University of Medan.

The problem of this study is the low buying interest in Economics Education Study Program Class of 2017. This study aims to determine the influence of lifestyle and the use of social media on consumer buying interest in Economics Education Study Program Class of 2017 State University of Medan.

This research was conducted at the Faculty of Economics, State University of Medan T.P 2020/2021 with a population of 112 students. The sampling technique is done by using probability techniques that are simple random sampling and obtained samples in this study amounted to 87 respondents. In collecting data using instruments in the form of questionnaires or questionnaires, then the data are analyzed using descriptive statistics in the form of multiple linear regression analysis.

Based on data processing done by the SPSS 22 for windows program, the coefficient of determination (adjusted r square) of 0.734 means that the contribution of lifestyle variables and the use of social media to purchase interest is 73.4% and the remaining 26.6% is influenced by other factors which was not included in the study. Based on the t test, lifestyle variables and the use of social media have $t_{count} > t_{table}$ ($9,038 > 1,662$) and ($7,736 > 1,662$) with a significance level of $0,000 < 0,05$, so that partially each variable has a positive and significant effect on the purchase interest variable. Then based on the F test, the results obtained $F_{count} > F_{table}$ ($118.625 > 3.10$) with a significance level of $0.000 < 0.05$ so that it can be concluded that lifestyle and the use of social media simultaneously have a positive and significant effect on consumer buying interest.

Keywords: Lifestyle, Social Media, Consumer Purchase Interest.