

ABSTRAK

ASTRI IVO BR. SIDABALOK, NIM 7162143006. Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Dan Dukungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas X SMK Swasta Jambi Medan T.A 2019/2020, Skripsi, Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan Tahun 2020.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Dan Dukungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas X SMK Swasta Jambi Medan T.A 2019/2020. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas X SMK Swasta Jambi Medan dengan jumlah siswa 283 siswa dan sampel sebanyak 71 siswa. Instrumen pengumpulan data ialah angket/ kuesioner dengan skala likert yang masing- masing telah diuji cobakan dan telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pengujian hipotesis secara parsial dilakukan dengan uji t sedangkan untuk pengujian secara bersama- sama dilakukan uji f.

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan penelitian dapat disimpulkan bahwa (1) hasil dari regresi linier berganda maka diperoleh persamaan yaitu, $Y = 11,851 + 0,458 X_1 + 0,391 X_2$, terdapat nilai konstan (a) sebesar 11,851, artinya jika variabel X_1 dan X_2 sebesar nol, maka variabel *Perilaku Konsumtif* (Y) memiliki nilai 11,851, selanjutnya untuk nilai koefisien regresi variabel X_1 (b_1) sebesar 0,458, artinya jika variabel X_1 mengalami peningkatan satu satuan, sementara variabel *Dukungan Teman Sebaya* dianggap konstan, maka akan menyebabkan kenaikan pada variabel *Perilaku Konsumtif* sebesar 11,851. Sementara itu, nilai koefisien variabel X_2 mengalami peningkatan satu-satuan dan variabel bebas lainnya bernilai tetap, maka variabel *Perilaku Konsumtif*(Y) mengalami kenaikan sebesar 11,851. (2) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Intensitas Penggunaan Media Sosial* terhadap *Perilaku Konsumtif* dengan nilai $t_{hitung}(3,440) > t_{tabel}(1,995)$. (3) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Dukungan Teman Sebaya* terhadap *Perilaku Konsumtif* dengan nilai $t_{hitung}(3,326) < t_{tabel}(1,995)$. (4) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Intensitas Penggunaan Media Sosial* dan *Dukungan Teman Sebaya* terhadap *Perilaku Konsumtif* dibuktikan melalui uji hipotesis secara simultan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu, $(13,564 > 3,13)$ dengan sumbangan atau kontribusi antara variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 28,5% sedangkan sisanya dipengaruhi variabel yang tidak menjadi fokus penelitian.

Kata Kunci : *Intensitas Penggunaan Media Sosial, Dukungan Teman Sebaya, Perilaku Konsumtif*

ABSTRACT

ASTRI IVO BR. SIDABALOK, NIM 7162143006, The Effect of Intensity of Use of Social Media and Peer Support on Consumptive Behavior in Class X Students of Private Vocational Schools Jambi Medan T.A 2019/2020, Thesis, Departement of Economics, Bussiness Education Study Program, Faculty of Economics, Medan State University in 2020.

This study aims to determine the effect of the intensity of the use of social media and peer support for consumptive behavior in class X students of the Jambi private vocational school in Medan T.A 2019/2020. The population in this study were all students of class X Jambi Medan Private Vocational School with a total of 283 students and a sample of 71 students. The instrument of data collection was a questionnaire / questionnaire with a Likert scale, each of which was tested and met the requirements of validity and reliability. The analysis technique used in this study is the partial hypothesis testing conducted by t test while for testing together f test is carried out.

Based on the results of data analysis and research discussion, it can be concluded that (1) the results of multiple linear regression, the equation is obtained, $Y = 11,851 + 0,458 X_1 + 0,391 X_2$, there is a constant value (a) of 11,851, meaning that if the variables X_1 and X_2 are zero, then the Consumer Behavior variable (Y) has a value of 11,851, then for the regression coefficient value of variable X_1 (b_1) of 0.458, meaning that if the variable X_1 has increased by one unit, while the Peer Support variable is considered constant, it will cause an increase in the Consumptive Behavior variable at 11,851. Meanwhile, the coefficient of the variable X_2 has increased by one unit and the other independent variables have a fixed value, so the Consumer Behavior variable (Y) has increased by 11,851. (2) there is a positive and significant effect between the Intensity of the Use of Social Media on Consumptive Behavior with a tcount (3,440) > ttable (1,995). (3) there is a positive and significant influence between Peer Support on Consumptive Behavior with tcount (3.326) < ttable (1.995). (4) there is a positive and significant influence between the Intensity of the Use of Social Media and Peer Support for Consumptive Behavior evidenced through simultaneous hypothesis testing with Fcount > Ftableie, (13,564 > 3.13) with the contribution or contribution between independent variables to the dependent variable by 28.5% while the rest is influenced by variables that are not the focus of the study.

Keywords: *Intensity of Social Media Usage, Peer Support, Consumptive Behavior*