

ABSTRAK

Mika Ritonga, Nim: 7191141019. Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Gaya Hidup Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019 Universitas Negeri Medan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan Media Sosial, Gaya Hidup, dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2019 Universitas Negeri Medan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ex post facto*. Penulis menggunakan 102 populasi. Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 102 mahasiswa dengan teknik *total sampling*. Pengujian validitas instrumen penelitian yang digunakan melalui perumusan *product moment* sedangkan pengujian reliabilitas dilaksanakan pada teknik *cronbach alpha*. Kemudian, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linear berganda. Dengan teknik pengujian hipotesis baik secara parsial maupun simultan serta menggunakan alat pengukuran koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian yang dapat diketahui dari perolehan data statistik membuktikan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel media sosial, gaya hidup dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Adapun perolehan persamaan yang dapat dilakukan yaitu $Y = 10,322 + 0,082X_1 + 0,135X_2 + 0,699 X_3$. Hasil pengujian hipotesis dapat diketahui secara parsial dan simultan. Pertama, secara parsial pada variabel media sosial (X_1) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,120 dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,120 > 1,984$) dengan taraf signifikan $0,036 < 0,05$. Kedua, pada variabel gaya hidup (X_2) diperoleh hasil perhitungan t_{hitung} sebesar 2,667 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,667 > 1,984$) dengan taraf signifikan $0,009 < 0,05$. Ketiga, pada variabel teman sebaya (X_3) diperoleh t_{hitung} sebesar 13,935 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($13,935 > 1,984$) dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$. Kemudian pada pengujian hipotesis secara simultan juga di dapat data sebesar $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $263,709 > 2,70$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu di dapatkan pula perolehan data pada uji koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,890. Artinya media sosial, gaya hidup dan teman sebaya secara bersamaan memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumtif sebesar 89% dan sisanya 11% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Media Sosial, Gaya Hidup, Teman Sebaya, Perilaku Konsumtif



ABSTRACT

Mika Ritonga, Student ID: 7191141019. The Influence of Social Media Usage, Lifestyle, and Peer Influence on Consumptive Behavior of 2019 Economic Education Students at Universitas Negeri Medan.

This research aims to determine the influence of social media usage, lifestyle, and peer influence on the consumptive behavior of 2019 economic education students at Universitas Negeri Medan.

The research design used in this study is *ex post facto*. The author utilized a population of 102. The sample for this research consists of 102 students selected using total sampling technique. The validity of the research instrument was tested through product moment formulation, while reliability testing was carried out using the Cronbach alpha technique. Subsequently, the data analysis technique used in this research is multiple linear regression, with hypothesis testing conducted both partially and simultaneously, using the coefficient of determination (R^2).

The research results obtained from the statistical data demonstrate that there is a positive and significant influence between the variables of social media, lifestyle, and peer influence on student consumptive behavior. The obtained equation is $Y = 10.322 + 0.082X_1 + 0.135X_2 + 0.699X_3$. The hypothesis testing can be known both partially and simultaneously. First, partially for the social media variable (X_1), a t-value of 2.120 was obtained, thus $t\text{-value} > t\text{-table}$ ($2.120 > 1.984$) with a significant level of $0.036 < 0.05$. Second, for the lifestyle variable (X_2), a calculated t-value of 2.667 was obtained, so $t\text{-value} > t\text{-table}$ ($2.667 > 1.984$) with a significant level of $0.009 < 0.05$. Third, for the peer influence variable (X_3), a t-value of 13.935 was obtained, so $t\text{-value} > t\text{-table}$ ($13.935 > 1.984$) with a significant level of $0.000 < 0.05$. Then, in the simultaneous hypothesis testing, data was obtained such that $F\text{-value} > F\text{-table}$, which is $263.709 > 2.70$, with a significance value of $0.000 < 0.05$. Therefore, data on the coefficient of determination (*R Square*) was also obtained as 0.890. This means that social media, lifestyle, and peer influence collectively contribute to consumptive behavior by 89%, while the remaining 11% is influenced by other factors not examined in this research.

Keywords: Social Media, Lifestyle, Peer Influence, Consumptive Behavior.

