

SKRIPSI
PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN GAYA HIDUP
TERHADAP PERILAKU KONSUNTIF
MAHASISWA
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2021 Universitas Sulawesi
Barat Majene)



FAHRIANI
C0119511

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT
MAJENE
2023

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN GAYA HIDUP
TERHADAP PERILAKU KONSUNTIF
MAHASISWA**

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2021 Universitas Sulawesi
Barat Majene)

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana

**PROGRAM STUDI
MANAJEMEN**

**Fahriani
C0119511**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT
MAJENE
2023**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN GAYA HIDUP
TERHADAP PERILAKU KONSUNTIF
MAHASISWA**

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2021 Universitas Sulawesi
Barat Majene)



**Fahriani
C0119511**

**Skripsi Sarjana Lengkap Untuk Memenuhi Salah Satu
Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi
program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Sulawesi Barat
Telah Di Setujui Pada Tanggal**

Oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Hamsyah, SE.,M.Si
NIDN 0931127012

Dr. Muhammad Shaleh Z, ST.,SE.,MM
NIDN 0013028007

Menyetujui,
Koordinator Program Studi

Erwin, S. E., M. M
NIDN 000309890

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN GAYA HIDUP
TERHADAP PERILAKU KONSUNTIF
MAHASISWA**

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2021 Universitas Sulawesi
Barat Majene)

Dipersiapkan dan di susun oleh:

Fahriani

C0119511

Telah di uji dan di terimah panitia ujian

Pada tanggal 16 November 2023.dan di nyatakan lulus

Tim penguji

Nama penguji	jabatan	TandaTangan
1. Dr. Hamsyah,S.E,M.Si	Ketua	1.....
2. Dr. Muhammad Shaleh Z, S.T.,S.E.,M.M	Sekretaris	2.....
3. Nur Qamariah, S.Pd.,M.Pd	Anggota	3.....
4. Ahmad Karim, S.E., M.M	Anggota	4.....
5. Rahmat Ghazali, S.E,M.M	Anggota	5.....

Telah Ditetujui Pada Tanggal

Oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Hamsyah, S.E.,M.Si
NIDN 0931127012

Muhammad Shaleh Z, S.T.,S.E.,M.M
NIDN 0013028007

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Dra.Enny Radiab, M.AB
NIP:19670325199403200

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fahriani
Nim : C0119511
Jurusan/Program Studi : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan yang sebenar benarnya bahwa skripsi yang berjudul

PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUNTIF MAHASISWA

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2021 Universitas Sulawesi Barat Majene)

Adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan/ditulis/diterbitkan sebelumnya. Kecuali yang segera tertulis di kutip dalam naskah ini dari di sebutkan dalam sumber kutipan naskah ini dan daftar pustaka.

Apabila kemudian hari ternyata di dalam naskah tesis ini dapat di buktikan tempat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan di proses sesuai dengan peraturan perundang -undangan yang berlaku (uu no.20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Majene Oktober 2023
Yang Membuat Pernyataan

ABSTRAK

Fahriani. Pengaruh Media Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Sulawesi Barat. (Dibimbing Oleh Hamsyah dan Muhammad Shaleh Z)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh media sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Sulawesi Barat baik itu secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh yang signifikan variabel Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Universitas Sulawesi Barat. secara parsial ada pengaruh yang signifikan variabel Media Sosial begitu pula dengan gaya hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Universitas Sulawesi Barat dengan signifikan variabel terikat $0.00 < 0.05$. Secara simultan dan signifikan terdapat pengaruh Gaya Hidup dan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa Universitas Sulawesi Barat. Hasil perhitungan regresi dan uji t dapat diketahui bahwa H_1 diterima jika $t_h > t_{tt}$ jadi $t_h 31.215 > 1.663$. maka hipotesis H_0 ditolak.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Media Sosial, Perilaku konsumtif

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia dalam hidup bermasyarakat saling berhubungan dan saling membutuhkan satu sama lain. Kebutuhan itulah yang dapat menimbulkan suatu proses interaksi sosial. Soekanto (2009:55) menyatakan bahwa interaksi sosial merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan-hubungan antara orang-orang perorangan, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antara orang perorangan dengan kelompok manusia dengan menggunakan komunikasi. Seiring berkembangnya zaman komunikasi tidak lagi dilakukan secara langsung tetapi saat ini komunikasi berkembang secara virtual yang biasa disebut media sosial.

Seiring dengan berkembangnya zaman yang diikuti dengan majunya perekonomian dan budaya mengikuti zaman yang dapat diakses melalui media sosial menimbulkan perubahan pola hidup masyarakat. Kemajuan ini membuat kebiasaan dan gaya hidup masyarakat juga berubah. Kondisi tersebut menyebabkan keinginan dan daya beli juga bertambah. Secara tidak langsung keadaan tersebut membentuk perilaku konsumtif pada hampir seluruh lapisan masyarakat. Orang yang konsumtif adalah ketika membeli barang tidak lagi mempertimbangkan fungsi dan kegunaannya, melainkan hanya mempertimbangkan prestasi yang melekat pada barang tersebut. Perilaku konsumtif merupakan tindakan pembelian dan pemakaian barang yang dilakukan secara berlebihan dengan tujuan bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan,

melainkan karena adanya keinginan untuk mengikuti trend yang sedang berkembang (Anggraini & Santhoso, 2017). Fenomena perilaku konsumtif akan terus berkembang, dikarenakan adanya faktor yang menyebabkan munculnya perilaku konsumtif pada seseorang.

Kebutuhan manusia yang beraneka ragam dalam kehidupan bersama serta keinginan agar semua kebutuhannya dapat terpenuhi. Seperti macam-macam alat pemuas kebutuhan manusia yang terdiri dari barang dan jasa sangat terbatas jumlahnya, mengharuskan manusia untuk melakukan konsumsi. James F.Engel dalam (Mangkunegara, 2002: 3) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.

Menurut Fenomena unsulbar masa sekrang ini kehidupan mahasiswa unsulbar telah mengenal gaya hidup yang modern dan modis, hal itu dapat dilihat dari cara mereka mengenakan barang-barang ataupun pakaian dan kemungkinan barang barang tersebut kebanyakan di dapat dari belanja dengan harga tergantung kualitas, seiring dengan terjadinya perubahan perokonomian dan globalisasi terjadi perubahan dalam perilaku pembeli pada mahasiswa, terkadang seseorang membeli sesuatu bukan di dasarkan pada kebutuhan sebenarnya melainkan dengan keinginan di lakukan semata-mata demi kesenangan sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros, di kenal dengan istilah perilaku konsumtif.hal ini yang membuat mahasiswa unsulbar kurang terkontrol dalam

membelanjakan uangnya sehingga timbulnya perilaku yang berlebihan

Media sosial sudah banyak digunakan mulai dari kalangan remaja hingga dewasa khususnya Mahasiswa Universitas Sulawesi Barat. Media sosial merupakan media online, yang memudahkan para penggunanya untuk berpartisipasi, berbagi, dan bersosialisasi. Media sosial memiliki isi meliputi blog, jejaring sosial, wikipedia, forum dan dunia virtual. Media sosial juga memudahkan para penggunanya untuk berkomunikasi dan berinteraksi. Saat ini sudah banyak jenis media sosial yang mungkin sudah kita gunakan, salah satunya adalah Instagram, YouTube, Facebook, Twitter, dan sebagainya.

Gaya hidup mahasiswa saat ini cenderung konsumtif seperti mementingkan gaya hidupnya di bandingkan kebutuhan penunjang perkuliahannya, contohnya mahasiswa lebih memilih membeli barang yang lagi trend di media sosial seperti membeli makanan ataupun minuman di cafe shop yang sedang hits, produk kecantikan terbaru, dan aksesoris motor dari pada uang memiliki di buat untuk kebutuhan perkuliahan.

Perilaku konsumtif merupakan sebuah fenomena yang banyak melanda masyarakat terutama mahasiswa.

Media sosial sebagai salah satu gaya hidup gaya anak sekarang sehingga mereka terpengaruh untuk ikut-ikutan gaya yang ada dalam instagram tersebut. Banyaknya belanja online juga menyebabkan para masyarakat berperilaku konsumtif yang berlebihan. Selain itu masyarakat usia remaja terutama remaja sekolah sampai Mahasiswa Universitas Sulawesi Barat akan gengsi dan merasa malu jika tidak membeli barang-barang yang tidak bermerek dan mereka merasa

dikucilkan temannya, meskipun tidak mempunyai uang tetapi mereka akan tetap membeli barang bermerek tersebut sekalipun dengan jalan meminjam uang kepada teman atau meminta kepada orang tuanya.

Masa sekarang ini dalam kehidupan Mahasiswa Universitas Sulawesi Barat telah mengenal gaya hidup yang modern atau modis melalui media sosial, hal itu dapat terlihat dari cara mereka mengenakan barang-barang atau pun pakaian yang bermerek, dan tidak menutup kemungkinan barang tersebut kebanyakan didapat dari belanja dengan harga yang mahal.

Pelaku utama gaya hidup konsumtif adalah kelompok usia remaja. Hal tersebut terkait dengan karakteristik remaja yang mudah terbujuk dengan hal-hal yang menyenangkan, ikut-ikutan teman, dan cenderung boros dalam menggunakan uang. Sifat-sifat remaja ini yang dimanfaatkan oleh para produsen untuk memasarkan barang hasil produksinya sehingga mereka dapat dengan mudah menjual dan mendapatkan hasil dari barang produksinya (Tambunan, 2001).

Perubahan gaya hidup bisa dilakukan oleh siapa saja. Dari pendapat tersebut berarti bahwa gaya hidup membeli yang berlebihan tidak lagi mencerminkan usaha manusia untuk memanfaatkan uang secara ekonomis namun gaya hidup dijadikan sebagai suatu sarana untuk menghadirkan diri dengan cara yang kurang tepat. Misalnya, melakukan aktivitas di mall, café, dan restoran cepat saji merupakan tren gaya hidup remaja dan eksekutif. Anak muda dan nongkrong adalah dua hal yang mudah melekat. Disekolah-sekolah usai jam pelajaran, di kampus-kampus di antara jam kuliah, bahkan di kantor-kantor sepuluh jam

kantor, akan mudah dijumpai kelompok-kelompok orang muda belanja-belanja di mall atau pusat perbelanjaan. Hoby anak muda di kota-kota besar seperti Jakarta, Makassar dan kota-kota besar lainnya di Indonesia bahkan kota kecil seperti Majene, Polman, Mamuju hampir sama, hoby ngobrol, nongkrong sambil makan ataupun berbelanja bersama rekan-rekan mereka. Dengan semakin tingginya daya beli masyarakat apalagi mahasiswa segmen ini, mall atau pusat perbelanjaan makin kebanjiran pembeli.

Hal ini yang membuat Mahasiswa Universitas Sulawesi Barat kurang terkontrol dalam membelanjakan uangnya sehingga timbullah perilaku konsumtif yang berlebihan. Perilaku konsumtif merupakan sebuah fenomena yang banyak melanda masyarakat terutama mahasiswa, disebabkan karena pertumbuhan pusat-pusat perbelanjaan (*mall*) dan *cafe* berskala internasional hal ini berbanding lurus dengan jumlah pengunjungnya. Penyebab lain dari perilaku konsumtif adalah dengan banyak iklan-iklan yang ditawarkan dalam media masa sehingga semakin membentuk mahasiswi semakin konsumtif (Suminar & Meiyuntari, 2015).

Ramainya mahasiswa khususnya mahasiswa Universitas Sulawesi Barat (Unsulbar) yang mengunjungi pusat perbelanjaan karena konsep tempat dianggap sesuai dengan gaya hidup orang Indonesia. Banyaknya barang-barang yang menarik dan tempat yang nyaman menjadi alasan utama masyarakat memilih untuk berkunjung pusat perbelanjaan atau *cafe-cafe* yang dijadikan sebagai tempat nongkrong kaum anak muda bahkan Mahasiswa Universitas Sulawesi Barat.

Gaya hidup Mahasiswa Universitas Sulawesi Barat yang tidak terkontrol

dapat menimbulkan perilaku konsumtif. Dalam perkembangannya, mereka akan menjadi orang-orang dewasa dengan gaya hidup konsumtif. Gaya hidup konsumtif ini harus didukung oleh kekuatan finansial yang memadai. Masalah lebih besar terjadi apabila pencapaian tingkat finansial itu dilakukan dengan segala macam cara yang tidak sehat. Mulai dari pola bekerja yang berlebihan sampai menggunakan cara instan. Pada akhirnya perilaku konsumtif bukan saja memiliki dampak ekonomi, tapi juga dampak psikologis, sosial bahkan etika.

Dampak secara psikologis, individu akan merasa rendah diri apabila ia tidak bisa membeli apa yang diinginkannya. Sedangkan secara sosial, ia akan terus mengikuti atribut yang banyak digemari tanpa mau menjadi diri sendiri. Karena ingin selalu membeli apa yang diinginkannya tanpa peduli dengan banyaknya uang yang harus dikeluarkan, mereka akan terus meminta kepada orang tua bagaimanapun caranya tanpa peduli etika lagi. Dengan begitu, mereka akan memandang orang tua mereka sebagai mesin uang yang akan memberi mereka uang setiap mereka minta. Seiring dengan terjadinya perubahan perekonomian dan globalisasi, terjadi perubahan dalam perilaku membeli pada masyarakat. terkadang seseorang membeli sesuatu bukan didasarkan pada kebutuhan sebenarnya, melainkan dengan kebutuhan dilakukan semata-mata demi kesenangan, sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros yang dikenal dengan istilah perilaku konsumtif atau konsumerisme (Wahyudi, 2013:27).

Perilaku mahasiswa Universitas Sulawesi Barat yang mengalami perubahan dalam konsumsinya dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kelompok referensi. Perilaku konsumtif mahasiswa yang

berlebihan disebabkan oleh beberapa faktor yaitu faktor budaya, faktor social, dan faktor pribadi. Pengaruh budaya asing dari penayangan televisi dan social media juga sangat mempengaruhi perilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Sulawesi Barat.

Perilaku konsumtif merupakan pembelian barang dengan tidak memikirkan fungsi dan kegunaannya tetapi memikirkan prestise dari barang yang akan di beli, sehingga dapat di katakan bahwa perilaku ini lebih mementingkan keinginannya di bandingkan dengan kebutuhan (Fitriyani, Widodo, & Fauzia 2013). Sesuai dengan pendapat Veblen (Suminar & Meiyuntari, 2015) bahwa perilaku konsumen yang membeli barang-barang mahal untuk menunjukkan kekayaan dan status sosial, bukan untuk memenuhi kebutuhan yang sebenarnya.

Masalah perilaku konsumtif merupakan suatu hal yang sering terjadi di kalangan Mahasiswa Universitas Sulawesi Barat jika perilaku ini terus menerus dilakukan maka akan menimbulkan efek yang merugikan individu itu sendiri seperti dia tidak puas akan diri sendiri dan tidak mensyukuri apa yang dia punya, kurang berpikir dewasa dan mementingkan kepentingan diri sendiri (Ermawati & E, 2011). Perilaku ini juga terjadi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Sulawesi Barat. Pada kenyataannya banyak kegiatan belanja sehari-hari yang tidak didasari oleh pertimbangan yang matang. Kegiatan belanja sebagai salah satu bentuk konsumsi, saat ini telah mengalami pergeseran fungsi.

Mahasiwa Universitas Sulawesi Barat dipandang oleh masyarakat sebagai individu yang terpelajar, mengalami pematangan dalam berfikir, berpenampilan

menarik, rapi dan sopan santun. Pandangan inilah yang akhirnya membuat Mahasiswa untuk mengondisikan diri selalu tampil menarik, elegan dan rapi (Purnomo, 2011). Hal ini sering diartikan oleh Mahasiswa bahwa untuk tampil menarik harus memakai pakaian yang baru dan ber- *merk*, membeli produk untuk menjaga gengsi, membeli barang-barang mahal agar terlihat tampil menarik, membeli produk agar dipandang hebat, dan membeli barang mahal agar terlihat lebih hebat. Hal inilah yang akhirnya membuat Mahasiswa Universitas Sulawesi Barat memiliki gaya hidup konsumtif untuk memenuhi tuntutan gaya hidupnya. Mahasiswa Universitas Sulawesi Barat akan lebih percaya diri terhadap penampilannya ketika Mahasiswa sudah dapat tampil layak sesuai dengan standar penampilan yang telah dibuatnya (Rujtee, 2009).

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut dengan mengadakan penelitian dengan judul “ Pengaruh Media Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2021 Universitas Sulawesi Barat Majene ”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan indentifikasi masalah yang di kemukakan pada penulis maka rumusan masalahnya adalah:

1. Apakah media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di universitas sulawesi barat majene?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di universitas sulawesi barat majene?

3. Apakah media social dan gaya hidup berpengaruh secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di universitas sulawesi barat majene?

1.3 Tujuan Penelitian

Sebagai mana yang berkaitan dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin di acapai dalam penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di universitas sulawesi barat majene
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di universitas sulawesi barat majene
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh media sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di universitas sulawesi barat majene

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini di harapkan dapat mengetahui teori-teori tentang
- b. Dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam hal instagram sebagai media online shopping fashion dan perilaku konsumtif
- c. Mahasiswa mampu memahami tentang pengaruh instagram sebagai media online shopping fashion terhadap perilaku konsumtif

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat di jadikan sumber informasi untuk menambah pengetahuan dan sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian ilmiah yang akan di lanjutkan dimasa selanjutnya.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut V. Wiratna Sujarweni (2014:39) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Sedangkan pengertian Metode Penelitian Kuantitatif, menurut Sugiyono (2017:8) adalah Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

Jenis penelitian ini adalah berjenis kuantitatif yang memiliki dua variabel. Yang pertama variabel bebas (X) meliputi media sosial dan gaya hidup. Kedua variabel terikat (Y) meliputi perilaku konsumtif semua Mahasiswa Ekonomi Angkatan 2021-2022 Universitas Sulawesi.

3.2 Definisi Operasional

Definisi operasioanl merupakan petunjuk bagaimana suatu variabel-variabel di ukur atau mempermudah pemahaman dalam membahas suatu penelitian sesuai dengan judul penelitian maka terdapat 2 variabel didalam penelitian. Berdasarkan hipotesis yang akan di uji, maka variabel yang akan di teliti dalam penelitian ini adalah variabel independent (bebas) dan variabel dependent (terikat). Adapun variabel tersebut sebagai berikut.

Tabel 3. 1 Defenisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala pengukuran
1	Media Sosial (X1)	Media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi web baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunitas, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara online sehingga dapat menyebar luaskan konten mereka sendiri (Ardila,2017).	1. Asosiasi (atribut, manfaat, dan sikap) 2. Favorability (kesukaan) 3. Uniqueness of brand (keunikan asosiasi merek) (Dalillah, 2011)	Skala liker 12345
2	Gaya Hidup (X2)	Gaya hidup mahasiswa adalah dalat berubah, akan tetapi perubahan kebutuhan pada masa puber, bukan lagi orang tua yang menjadi model, melainkan orang-orang yang umumnya sama yang menjadi model (fudiyartana, 2013:210).	1. Activites (kegiatan) 2. Interest (minat) 3. Opinion (pandangan) 4. Karakter-karakter dasar (Musfar & Hasanuddin, 2013)	Skala likert 12345
3	Perilaku Konsumtif (Y)	Perilaku konsumtif merupakan gejala umum di kalangan mahasiswa sekarang ini. Orang yang membeli barang yang tidak sungguh di butuhkan, melainkan hanya ikut trend atau untuk memperoleh pengakuan social yang sifatnya sementara dan rapuh. Kepercayaan dirinya juga bergabung pada sejauh mana ia bisa membeli produk yang sudah ada (wattiemena, 2019).	1. Pembelian secara impulsif 2. Pembelian secara tidak rasional 3. Pemborosan (Ghifari,2013)	Skala likert 12345

Sumber: Hasil Olahan Tahun 2023

3.3 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini di laksanakan di Universitas Sulawesi Barat pada mahasiswa usia 21-25 tahun. Dan adapun waktu penelitian dilakukan beberapa minggu setelah seminar proposal skripsi dilaksanakan.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generelasisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di

tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya (sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi unsulbar. Ukuran populasi dalam penelitian ini adalah finite population (populasi terhingga) yaitu ukuran populasi yang berapapun besarnya tetapi masih bisa di hitung (cautable) (sugiyono,2013). Mahasiswa fakultas ekonomi angkatan 2021 unsulbar 569 yang terdiri dari 243 mahasiswa prodi akuntansi angkatan 2021 dan 326 mahasiswa prodi manajemen angkatan 2021 (data akademi unsulbar, 2021). Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 2 Populasi Penelitian

No.	Prodi	Mahasiswa
1.	Akuntansi	243
2.	Manajemen	326
Jumlah populasi		569

Sumber data: unsulbar fakultas ekonomi angkatan 2021-2022

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang di miliki oleh populasi tersebut. Jika populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada dalam populasi, maka peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel slovin.

Menurut Aloysius Rangga Aditya Nalendra (2021: 27-28), rumus Slovin adalah salah satu teori penarikan sampel yang paling populer untuk penelitian kuantitatif. Rumus Slovin biasa digunakan untuk pengambilan

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Universitas Sulawesi Barat

Universitas Sulawesi Barat (disingkat Unsulbar) adalah perguruan tinggi negeri yang terdapat di Majene, Sulawesi Barat. Universitas Sulawesi Barat memperoleh izin operasional melalui Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor: 229/D/0/2007 tanggal 31 November 2007 yang dikelola oleh Yayasan Pendidikan Indonesia Sulawesi Barat di bawah koordinasi Kopertis Wilayah IX Sulawesi. Tanggal 13 Mei 2013 Universitas Sulawesi Barat berubah status dari Perguruan Tinggi Swasta (PTS) menjadi Perguruan Tinggi Negeri (PTN) melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor: 36 Tahun 2013 tentang Pendiiran Sulawesi Barat. Dengan adanya Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor: 36 Tahun 2013 tentang Pendiiran Sulawesi Barat berarti bahwa Yayasan Pendidikan Indonesia Sulawesi Barat telah mengalihkan pengelolaan dan aset Universitas Sulawesi Barat kepada Menteri Pendidikan dan Kebudayaan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Setelah menjadi Perguruan Tinggi Negeri maka pada tanggal 19 Desember 2013 Dr. Ir. Akhsan, MS. dilantik menjadi Rektor Universitas Sulawesi Barat dengan Surat Keputusan No. 04/MPK.A4/KP/2013 oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan di Jakarta

Fakultas dan program studi di universitas sulawesi barat terdiri dari 8 fakultas dan beberapa jurusan yaitu:

Tabel 4.1 Fakultas dan Program Studi

No	Fakultas	Program Studi
1	Fakultas Pertanian dan Kehutanan	1. Agribisnis 2. Kehutanan 3. Agroteknologi 4. Teknologi Hasil Pertanian
2	Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam	1. Matematika 2. Statistika
3	Fakultas Peternakan dan Perikanan	1. Produksi Ternak 2. Budidaya Perairan
4	Fakultas Teknik	1. Teknik Sipil 2. Informatika 3. Perencanaan Wilayah Kota
5	Fakultas Ilmu Kesehatan	1. Keperawatan 2. Administrasi Kesehatan 3. Gizi 4. Pendidikan Profesi Ners
6	Fakultas Ekonomi	1. Akuntansi 2. Manajemen
7	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	1. Ilmu Hukum 2. Hubungan Internasional 3. Ilmu Politik
8	Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan[1. Pendidikan Matematika 2. Pendidikan Biologi 3. Pendidikan Bahasa Inggris 4. Pendidikan Fisika 5. Pendidikan Guru Sekolah Dasar (PGSD) 6. Pendidikan Ilmu Pengetahuan Alam (IPA)

Sumber: Universitas Sulawesi Barat

4.2 Deskripsi Data Penelitian

4.2.1 Deskripsi Data Responden

Deskripsip dimaksudkan untuk memberikan gambaran mengenai distribusi dan perilaku data sampel atau data responden. Data dalam penelitian ini yaitu data

berdasarkan kriteria Program studi, jenis kelamin dan berdasarkan perilaku konsumtif. Adapun kriterianya dapat digambarkan sebagai berikut:

a. Program Studi

Berdasarkan dari data primer yang telah diolah diperoleh hasil persebaran responden berdasarkan program studi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2 Pengelompokan Berdasarkan Angkatan

Program Studi	Jumlah Responden	Persentase %
Manajemen	43	50,6
Akuntansi	42	49,4
Jumlah	85	100

Sumber: Data primer yang telah diolah,2023

Berdasarkan tabel 4.2 diperoleh bahwa dari 85 responden sebagian besar dari Manajemen dengan jumlah 43 orang dan persentase sebesar 50,6% kemudian dari Akuntansi dengan jumlah responden 42 orang dengan persentase 49,4%.

b. Jenis Kelamin

Berdasarkan dari data primer yang telah diolah diperoleh hasil persebaran responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3 Pengelompokan Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase %
Laki-Laki	32	37,7
Perempuan	53	62,3

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis kemukakan dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 5.1.1 Hasil analisis pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Sulawesi Barat terdapat pada koefisien b dinamakan arah regresi dan menyatakan sebesar satu-satuan, perubahan ini merupakan pertambahan positif sehingga persamaan koefisien perubahan ini merupakan pertambahan positif. Signifikan variable terikat $0,000 < 0,05$ artinya variable bebas berpengaruh signifikan terhadap variable terikat. Dengan kata lain H_1 diterima berarti ada pengaruh yang signifikan variable X (media sosial) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y). Jadi, hipotesis nol (H_0) dan hipotesis satu (H_1) diterima. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Sulawesi Barat.
- 5.1.2 Dari analisis data, gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Sulawesi Barat. Koefisien b dinamakan arah regresi dan menyatakan sebesar satu-satuan, perubahan ini merupakan pertambahan positif sehingga persamaan koefisien perubahan ini merupakan pertambahan positif. Adapun signifikan variable terikat $0,000 < 0,05$ artinya variable bebas

berpengaruh signifikan terhadap variable terikat. Dengan kata lain H_1 diterima berarti ada pengaruh yang signifikan variable X (gaya hidup) terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa (Y). Jadi, hipotesis nol (H_0) dan hipotesis satu (H_1) diterima. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Sulawesi Barat.

- 5.1.3 Ada pengaruh positif secara simultan antara gaya hidup dan media sosial terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Sulawesi Barat. Setelah diadakan perhitungan berdasarkan hasil statistik inferensial jenis uji desain 2 diperoleh nilai $t_h = 31.215$ dan $df = N-2 = 85-2 = 83$ pada taraf signifikan 0,000 maka nilai t_t adalah 1.663. Kriteria pengujiannya, yaitu : H_1 ditolak jika $t_h < t_t$ dan H_1 diterima jika $t_h > t_t$. Jadi $t_h 31.215 > t_t 1.663$ atau nilai $sig=0,000 < \alpha=0,05$ maka hipotesis H_0 ditolak yang berarti menerima hipotesis H_1 .

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat diberikan beberapa saran kepada pihak-pihak yang berhubungan dengan permasalahan dalam penelitian ini. Adapun saran-saran tersebut adalah:

- 5.2.1 Bagi Peneliti Selanjutnya diharapkan dapat memperluas penelitian dengan menambahkan sampel serta objek penelitian. Selain itu, penelitian ini diharapkan lebih dipelajari lagi apabila ingin dijadikan acuan bagi peneliti

lain yang akan melakukan penelitian yang hampir sama.

5.2.2 Bagi mahasiswa agar lebih meningkatkan media sosial dan gaya menimbulkan perilaku konsumtif dengan mengembangkan sikap positif, bertanggung jawab dan mengambil resiko memilih lingkungan yang baik serta memperkukuh ibadah dan doa. Dengan demikian mahasiswa dapat mengontrol perilaku konsumtif dalam diri agar tidak terlalu terbuai dlama indahnya dunia virtual di zaman sekarang.

DAFTAR PUSTAKA

Andersen, Patricia & Vandehey, Michael. (2012). *Career Counseling and Development In Global Economy*. Second Edition. Belmont: Cengage Learning.

Anwar, A. 2013. *Menakar media sosial dan pengaruhnya pada kehidupan manusia*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 11(2), 119-128.

Aloysius Rangga Aditya Nalendra, d. (2021). *Statistika Seri Dasar Dengan SPSS*. Media Sains Indonesia.

Ardila, A. R. 2017. *Pengaruh penggunaan media sosial terhadap penurunan kualitas hidup remaja*. Jurnal Psikologi Terapan, 5(1), 45-58.

Arini, Winda. 2021. *Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kecamatan Medan Marelan (Kota Medan)*. Sumatra: Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.

Atmoko, Dwi W & Bambang, S. 2012. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 6(1), 45-54.

Basu Swastha dan Irawan. 2013. *Manajemen Pemasaran Modern Liberty*, Yogyakarta.

Dalillah, S. 2011. *Media sosial: Fenomena baru dunia maya*. Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan, 17(4), 442-452.

Dewi, S. S. 2020. *Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa: Studi Fenomenologi*. Jurnal Pengembangan Pendidikan: Kepemimpinan dan Manajemen Pendidikan, 6(1), 53-61.

Engel, Blackwell, Miniard. 2012. *Perilaku Konsumen*. Tangerang: Binarupa Aksara.

Ermawati, E., & E. 2011. *Fenomena perilaku konsumtif pada mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia*. Jurnal E-Komunikasi, 1(1), 1-12.

- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauzia, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di genuk indah semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 55-68.
- Fransisca, C., & Erdiansyah, E. 2020. *Analisis pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Indonesia*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 80(1), 104-111.
- Fudyartanta. 2013. *Pendidikan karakter: Strategi mewujudkan perilaku terpuji pada peserta didik*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Furchan, Arief. 2007. *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ghifari, M. 2013. *Analisis Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Jakarta*. Universitas Negeri Jakarta.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryono, S. 2014. *Psikologi perilaku konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Huey, L.S., Yazdanifard, R., 2014. How Instagram Can Be Used as a Tool in Social Network Marketing. Sept. 2014 8.
- Istiyani, N. 2017. *Pengaruh Iklan Terhadap Sikap Konsumtif Remaja di Kota Surabaya*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(2), 87-97.
- Jayanto. 2007. *Pengaruh social media twiter sebagai alat promosi terhadap perilaku konsumtif*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*.
- Juliandi, A. et al. 2014. *Analisis data dengan statistik*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2012. *Principles of marketing* (14th ed.). Pearson Education Limited.
- Kusumaningtyas, I., & Sakti, A. A. 2017. *Analisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Semarang*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 46(1), 128-135.
- Liliweri, Alo. 2017. *Sosiologi & Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Bumi Aksara.

- Mangkunegara, A. A. 2002. *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mangkunegara, A. P. 2013. *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Meike, Graham & Young, Sherman. 2012. *Media Convergence, MNetworked Digital Media in Everyday Life*. Great Britain. MPG Books Gr
- Musfar, Y., & Hasanuddin. 2013. *Peran segmentasi gaya hidup dalam mengidentifikasi perilaku konsumen*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1-12.
- Mustomi, D., & Puspasari. 2020. *Pengaruh media sosial dan kebiasaan belanja online terhadap perilaku konsumtif mahasiswa*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 9(1), 9-18.
- Mustomi, D., & Puspasari. 2020. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. *Jurnal Penelitian Administrasi Bisnis Univeritas Bina Sarana Informatika*. P-issn 2580-7781.
- Nasrullah, R., & Ruli, A. S. 2015. *Konsep media sosial: Teori, pengertian, dan aplikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Panggabean, F. Y., Dalimunthe, M. B., & Napitupulu, D. T. 2018. *Pengaruh literasi keuangan terhadap gaya hidup hedonisme mahasiswa*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 21(3), 75-88.
- Pinasti, Kusumo Endah. 2018. *Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Keputusan Pembelian pada Siswa Sma Negeri Wonosobo*. Semarang: Universitas Negeri Semarang
- Puntoadi, Danis. 2011. *Meningkatkan penjualan melalui media sosial*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. 2018. *Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, Vol.2 No.(3), 1–8. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873> Purnomo, W. (2011). *Perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta (Doctoral dissertation, Universitas Sebelas Maret)*.

- Purnomo, Basuki B. 2011, *Dasar-Dasar Urologi*, Perpustakaan Nasional RI, Katalog Dalam Terbitan (KTO) Jakarta.
- Freddy Rangkuti. 2013. *Riset Pemasaran*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Rujtee, S. 2009. *Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(1), 24-30.
- Ritonga, M. A., & Wibowo, A. 2016. *Efektivitas pemanfaatan media sosial dalam promosi kegiatan berbasis lingkungan (Studi pada program green campus Universitas X)*. *Jurnal Administrasi Publik*, 4(2), 121-128.
- Sadiman Arif S.. 1993. *Evaluasi pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Setyawati, L. 2010. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif pada Remaja*. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(1), 30-39.
- Soekanto. 2009. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sofianti, T. 2016. *Media sosial: definisi, pengertian, manfaat, dan dampak*. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 7(1), 46-54.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumartono, A. 2012. *Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang*. *Diponegoro Journal of Management*, 1(3), 1-13.
- Suminar, Eva & Tatik Meiyuntari. (2015). *Konsep diri, konformitas dan perilaku konsumtif*. *Persona, Jurnal psikologi Indonesia* Vo.4 No.2 hal 145-152, 150
- Sugiyono. 2013. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Tambunan, T. 2001. *Pemuda-pemudi dan gaya hidup konsumtif*. Yogyakarta: Kanisius.
- Tenia, Hilda. 2017. Pengertian media sosial. Diakses pada 3 Maret 2023, dari <https://www.kata.co.id/Pengertian/Media-Sosial/879>.
- Van Dijk , J. A. G. M. 2013. *Digital divide: Impact of access. The international Encyclopedia of Media Effects*.DOI:10.1002/9781118783764.wbieme0043
- Wahidah, S. 2014. *Konsumtif Pada Remaja: Studi Kualitatif Mengenai Perilaku Konsumtif Pada Remaja di Kota Palembang*. Jurnal Sosial Humaniora, 7(1), 45-53.
- Wahyudi, R. 2013. *Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis, 9(1), 27-36.
- Wattimena, P. 2019. *Pengaruh Perilaku Konsumtif dan Lingkungan Sosial Terhadap Pembentukan Citra Merek pada Produk Fashion*. Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa, 12(1), 1-12.
- Wardhani, Chita, V R., & Ningsih, A. 2015. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Yogyakarta*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 23(1), 1-7.
- Yakub. 2012. *Pengantar Sistem Informasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu.