

Pengaruh Media Sosial (Tik Tok) dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2023/2024

Ulfa Sofiana Febrianti¹, Maria Agatha Sri Widyanti Hastuti²

¹ Program Studi Manajemen Pendidikan, Mahasiswa/Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung

² Program Studi Manajemen Pendidikan, Dosen/Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung

Corresponding Author's e-mail : ulfasofiana4@gmail.com*

ARMADA
JURNAL PENELITIAN MULTIDISIPLIN

e-ISSN: 2964-2981

ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin

<https://ejournal.45mataram.or.id/index.php/armada>

Vol. 2, No. 7 July 2024

Page: 537-546

DOI:

<https://doi.org/10.55681/armada.v2i7.1414>

Article History:

Received: June, 30 2024

Revised: July, 18 2024

Accepted: July, 23 2024

Abstract : The purpose of this research is to determine the influence of social media (Tik Tok) and lifestyle on the consumer behavior of students in the Economic Education Study Program, Bhinneka PGRI University, Tulungagung. This type of research is quantitative. The population in this study were all students of the Economic Education Study Program with a sample of 84 students. The data collection method uses a questionnaire. The research results show that partially Social Media (Tik Tok) and Lifestyle have a positive and significant effect on Student Consumptive Behavior. Meanwhile, simultaneously Social Media (Tik Tok) and Lifestyle have a positive and significant effect on Student Consumptive Behavior with the result of an Fcount value of 149.215 > Ftable 3.108. The adjusted R2 value of 0.781 or 78.1% shows that there is an influence between Social Media (Tik Tok) and Lifestyle on Student Consumptive Behavior of 78.1% and the remaining 29.1% is influenced by other factors.

Keywords : Consumptive Behavior, Lifestyle, Social Media (Tik Tok).

Abstrak : Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Media Sosial (Tik Tok) dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi dengan sampel 84 mahasiswa. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Media Sosial (Tik Tok) dan Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Sedangkan secara simultan Media Sosial (Tik Tok) dan Gaya Hidup berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dengan hasil nilai F_{hitung} 149,215 > F_{tabel} 3,108. Nilai adjusted R² sebesar 0,781 atau 78,1% menunjukkan terdapat pengaruh antara Media Sosial (Tik Tok) dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa sebesar 78,1% dan sisanya 29,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Media Sosial (Tik Tok), Perilaku Konsumtif.

PENDAHULUAN

Indonesia telah mengalami perubahan yang begitu cepat akibat modernisasi dan globalisasi, dan masyarakat dituntut untuk mengikuti perkembangan zaman. Saat ini globalisasi mengalami kemajuan hampir di semua bidang kehidupan, termasuk bidang sosial ekonomi, dan taraf hidup masyarakat semakin membaik. Sehingga kegiatan konsumsi tidak akan pernah bisa lepas dari kehidupan manusia. Namun pada hakikatnya manusia selalu merasa kurang atau merasa tidak puas akan terhadap sesuatu. Apabila satu kebutuhan sudah terpenuhi maka kebutuhan lain akan muncul. Perkembangan teknologi dan komunikasi yang pesat saat ini telah memasuki kehidupan pada manusia yang tidak dapat di hindari. Salah satu perkembangan teknologi dan komunikasi yang pesat adalah media sosial. Media sosial merupakan sarana komunikasi dasar untuk menjaga hubungan dengan orang lainnya (Pradeep and Nair, 2018) yang dikutip dari (M Dzaki Ishomi 1, 2024).

Salah satu aplikasi dari media sosial yaitu Tik Tok. Tik Tok adalah sebuah jejaring sosial dan platform video musik dimana pengguna bisa membuat, mengedit dan berbagi video klip pendek lengkap dengan filter dan disertai musik sebagai pendukung. Tik Tok merupakan salah satu aplikasi media sosial yang banyak peminatnya. Salah satu fitur dalam aplikasi Tik Tok yaitu Tik Tok shop. Tik Tok shop menjadi platform menarik untuk belanja berbagai barang. Tik Tok bukan hanya menyediakan berbagai macam video pendek, tetapi juga sebagai media belanja online. Tik Tok shop memberikan peluang untuk para pengguna aplikasi untuk menjual atau membeli barang, yang dimana produk tersebut dapat di iklankan secara langsung pada akun Tik Tok tersebut. (Sari, 2015:208) yang dikutip dari (Hidayanti et al., 2022). Uniknya pengguna tidak perlu beralih ke aplikasi lain untuk berbelanja. Aplikasi Tik Tok shop juga menyediakan gratis ongkir, live event, memiliki banyak tawaran dengan harga yang sangat miring, barang di antar kerumah dengan kualitas juga bagus (Arradian, 2022). Jadi dengan adanya Tik Tok shop dapat mempermudah seseorang untuk berbelanja online karena dinilai lebih praktis, adanya fitur-fitur yang menarik dan memilih barang bisa sambil lihat-lihat video. Barang yang ditawarkan lebih miring dan dari brand bagus juga, banyak promo menarik, dan bisa COD (Cash on delivery), barang di antar ke rumah dan ada fitur gratis ongkir.

Mahasiswa merupakan remaja yang memasuki tahap dewasa. Mahasiswa sering kali menjadi pasar produsen karena mahasiswa termasuk remaja yang dalam proses mencari jati diri yang sering kali melakukan kegiatan konsumtif (Khairat, Yusri, & Yuliana, 2019) yang dikutip dari (Muttaqin et al., 2022). Remaja mudah mengikuti trend barang-barang yang sedang populer untuk meningkatkan kepercayaan diri dan menunjang gengsi namun tidak memikirkan budget yang di miliki (Fitriyah, 2016). Banyak gaya hidup remaja masa kini yang menarik perhatian, mulai dari gaya bahasa, gaya busana, dan gaya pergaulan.

Gaya hidup menurut Kotler dan Armstrong (2008) yang dikutip (Alamanda, 2018) adalah pola kehidupan seseorang yang diwujudkan dalam aktivitas, minat dan opininya, yang dalam artian secara umum gaya hidup dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap sesuatu hal yang ada di sekitarnya dan seberapa jauh dia peduli akan hal itu dan juga apa yang dia pikirkan tentang dirinya sendiri dan dunia luar. Menurut (Engel, 2015) yang dikutip dari (Kutlu, 2023) Mahasiswa tidak dapat mengontrol gaya hidupnya, mahasiswa hanya memikirkan kesenangan yang sesaat, dan tidak dapat membedakan antara kebutuhan ataupun keinginannya. Hal tersebut dapat berpotensi menjadikan mahasiswa berperilaku konsumtif.

Menurut (Wahyuni, et al, 2019) dikutip dari (Rahma et al., 2022) perilaku konsumtif menjadi tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan namun hanya untuk memenuhi impian, yang dilakukan secara berlebihan menyebabkan pemborosan biaya. Seseorang yang berperilaku konsumtif biasanya lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhannya, hal ini dilakukan untuk memenuhi kesenangan semata.

Fenomena tersebut juga dijumpai pada mahasiswa semester VIII Program Studi Pendidikan Ekonomi di Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung yang dipakai dalam penelitian ini, merupakan pengguna yang cukup menyenangi aplikasi Tik Tok dan fitur Tik Tok shop, berdasarkan observasi yang dilakukan terbukti dari banyaknya mahasiswa yang menghabiskan waktunya untuk

menonton video Tik Tok kemudian ada iklan baju ataupun produk lainnya merasa tertarik dan memasukkan ke keranjang kemudian membelinya. Padahal sejatinya mereka tidak terlalu membutuhkan. Mereka membeli barang di Tik Tok shop atas dasar tuntutan gaya hidup bukan karena memang membutuhkan, mereka paham betul apa yang menjadi mode trend saat ini, dapat dilihat dari cara mereka berpakaian dan berpenampilan dengan model baju terbaru trend saat ini. Padahal uang saku yang diberikan orang tua kepada mahasiswa seharusnya dibelanjakan untuk memenuhi kebutuhan perkuliahannya bukan untuk memenuhi barang yang semata-mata untuk memenuhi gengsi dan gaya hidup.

Dalam penelitian terdahulu dari (Irlianti et al., 2023) dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial (Tik Tok Shop) Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Wanita Bekerja”. Dengan hasil menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh penggunaan media sosial (TikTok shop) terhadap perilaku konsumtif pada wanita kerja dengan nilai $F = 169.533$ dan nilai signifikan 0,000. Besarnya pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif adalah 63,4%. Dan di dukung penelitian terdahulu lain dari (Alamanda, 2018) dengan judul “Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda”. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa Terdapat Pengaruh antara Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman dengan nilai koefisien korelasi antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif sebesar 0.549 yang bertanda positif, artinya menunjukkan arah yang positif, yakni semakin tinggi gaya hidupnya maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya dan begitu pula sebaliknya, bila gaya hidupnya rendah maka semakin rendah perilaku konsumtifnya.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Media Sosial (Tik Tok) dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2023/2024**”.

METODE PENELITIAN

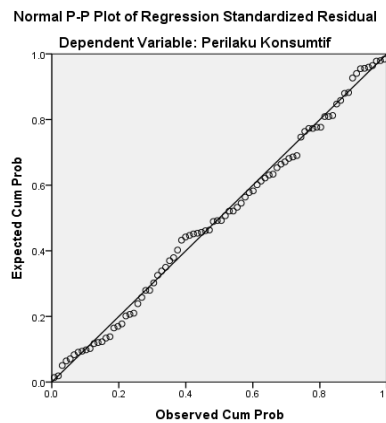
Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut (Sugiyono 2011:8) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi sebanyak 84 mahasiswa dengan jumlah mahasiswa ekonomi VIII A sebanyak 40 mahasiswa dan ekonomi VIII B sebanyak 44 mahasiswa. Teknik sampling yang digunakan yaitu *Nonprobability Sampling* dengan sampling jenuh. Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel. (Sugiyono 2011:84-85). Jumlah mahasiswa dalam penelitian ini sebanyak 84 (kurang dari 100). Maka semua anggota populasi dijadikan sampel. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner/angket dengan berisi 45 pernyataan. Penetapan instrumen angket pada penelitian ini menggunakan Skala Likert dengan alternative 5 jawaban. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji coba instrumen berupa Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Uji Prasyarat Asumsi Klasik meliputi : Uji Normalitas, Uji Linieritas, Uji Multikolonieritas dan Uji Heteroskedastisitas. Uji Hipotesis meliputi Uji t dan Uji f. Analisis yang digunakan Analisis Regresi Linier Berganda dan Koefisien Determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2021) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi,

variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan dua pendekatan yaitu melalui pendekatan grafik (histogram dan P-Plot) dan uji *Kolmogorov-smirnov*. Dalam penelitian ini untuk menguji normalitas maka teknik yang digunakan yaitu dengan Plot Probabilitas normal dan uji *Kolmogorov-smirnov*. Dasar pengambilan keputusan normalitas terpenuhi adalah apabila titik-titik data terkumpul di sekitar garis lurus. Kriteria pengujian *Kolmogorov-Smirnov* yaitu sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal apabila nilai sig (signifikansi) pada tiap-tiap variabel $\geq 0,05$ dan sampel berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal apabila sig (signifikansi) pada tiap-tiap variabel $\leq 0,05$.



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas
Sumber Data: Diolah Peneliti 2024

Berdasarkan gambar Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual di atas, titik-titik (data) berada merapat di sekitar garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh Media Sosial (Tik Tok) (X1) dan Gaya Hidup (X2) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y) dikatakan normal dan dapat digunakan untuk penelitian.

Tabel 1 Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.87057069
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.046
	Negative	-.051
Kolmogorov-Smirnov Z		.051
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber Data: Diolah Peneliti 2024

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai Asymp.Sig. (2- tailed) sebesar 0.200 lebih besar dari 0.05 atau $0.200 > 0.05$. Berdasarkan tabel tersebut dapat dinyatakan data yang peneliti peroleh dalam penelitian ini berdistribusi normal dan lolos uji normalitas dengan menggunakan One Sample *Kolmogorov-Smirnov* Test .

Uji Linieritas

Menurut (Riduwan, 2014) uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan yang linier antara variabel bebas dan variabel terikat. pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai deviation from linearity dengan nilai signifikansi 0,05 jika nilai signifikansi dari deviation from linearity lebih kecil dari 0,05 maka tidak terdapat hubungan linier secara signifikansi, dan sebaliknya jika nilai deviation from linearity lebih besar dari 0,05 maka terdapat hubungan berupa garis linier.

Tabel 2 Hasil Uji Linieritas Media Sosial Tik Tok (X1) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y)
ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Media Sosial (Tik Tok)	Between Groups	(Combined) Linearity	888.917	31	28.675	3.162	.000
		Deviation from Linearity	604.942	1	604.942	66.717	.000
			283.974	30	9.466	1.044	.436
	Within Groups		471.500	52	9.067		
Total			1360.417	83			

Sumber Data: Diolah Peneliti 2024

Berdasarkan tabel 2 di atas hasil uji linieritas variabel Media Sosial (Tik Tok) (X1) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y) diperoleh nilai sig. linearity 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai sig. deviation from linearity lebih dari 0,005 yaitu 0,436. Maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian memenuhi syarat linieritas dan lolos uji serta dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel-variabel yang ada.

Tabel 3 Hasil Uji Linieritas Gaya Hidup (X2) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y)
ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Gaya Hidup	Between Groups	(Combined) Linearity	860.967	27	31.888	3.575	.000
		Deviation from Linearity	660.497	1	660.497	74.057	.000
			200.470	26	7.710	.865	.650
	Within Groups		499.450	56	8.919		
Total			1360.417	83			

Sumber Data: Diolah Peneliti 2024

Berdasarkan tabel 3 di atas hasil uji linieritas variabel Gaya Hidup (X2) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y) diperoleh nilai sig. linearity 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai sig. deviation from linearity lebih dari 0,005 yaitu 0,650. Maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian memenuhi syarat linieritas dan lolos uji serta dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel-variabel yang ada.

Uji Multikolonieritas

Menurut (Ghozali, 2021) Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Multikolonieritas juga dapat dilihat dari Nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor. Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah Nilai Tolerance ≥ 0.10 atau sama dengan nilai Variance Inflation Factor ≤ 10 .

Tabel 4 Hasil Uji Multikolonieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	31.585	1.749		18.062	.000		
Media Sosial (Tik Tok)	.239	.022	.558	10.687	.000	.967	1.035
Gaya Hidup	.261	.023	.595	11.389	.000	.967	1.035

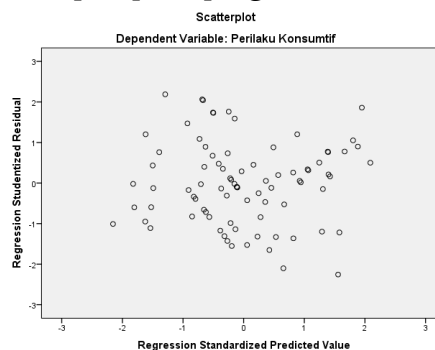
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber Data: Diolah Peneliti 2024

Berdasarkan data tabel di atas diperoleh nilai tolerance value Media Sosial (Tik Tok) (X1) dan Gaya Hidup (X2) lebih besar dari 0,10 yaitu masing-masing sebesar 0,967 dan demikian pula dengan nilai VIF kedua variabel independent kurang dari 10 yaitu masing-masing sebesar 1,035. Dapat disimpulkan dari hasil analisis yaitu model regresi dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya korelasi antara variabel independen.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2021) Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas. Untuk mengetahui suatu instrumen terdapat heterokedastisitas yaitu dengan melihat ada tidaknya pola pada grafik regresi, jika ada maka telah terjadi heterokedastisitas dan jika tidak terjadi pola yang jelas atau polanya menyebar di atas atau di bawah angka 0 pada sumbu Y maka dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas. Peneliti menggunakan metode scatterplot pada program SPSS 22 for windows.



Gambar 2 Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber Data: Diolah Peneliti 2024

Berdasarkan gambar scatterplot di atas, menunjukkan bahwa titik-titik (data) menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas, serta pola tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menyatakan berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Arikunto, 2010) Regresi linier berganda adalah suatu perluasan dari teknik regresi apabila terdapat lebih dari satu variabel bebas untuk mengadakan prediksi terhadap variabel terikat. Regresi linier berganda ini menganalisis tentang hubungan antara satu variabel dependen (terikat) dengan dua variabel independen (bebas). Jika ada lebih dari satu variabel bebas untuk mengestimasi nilai Y, persamaan tingkat pertama persamaan disebut permukaan regresi. Untuk mengetahui pengaruh Media Sosial Tik Tok (X1) dan Gaya Hidup (X2) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y) dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program *SPSS 22 for windows*.

Tabel 5 Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	31.585	1.749		18.062	.000
Media Sosial (Tik Tok)	.239	.022	.558	10.687	.000
Gaya Hidup	.261	.023	.595	11.389	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber Data: Diolah Peneliti 2024

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada tabel 5 diperoleh persamaan dari rumus regresi linier berganda yaitu: $Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$. Kemudian nilai dapat dimasukan sesuai rumus yaitu $Y = 31,585 + 0,239 X_1 + 0,261 X_2$ dan dapat dijelaskan sebagai berikut:

- α merupakan nilai konstanta yang besarnya 31,585 dan menyatakan bahwa variabel independen (Media Sosial Tik Tok dan Gaya Hidup) adalah sebesar 0 (nol) maka nilai variabel dependen (Perilaku Konsumtif) sebesar 31,585.
- b_1 adalah nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0,239 menyatakan apabila setiap penambahan satu satuan variabel X_1 dengan asumsi variabel lain X_2 konstan maka hal ini berpengaruh peningkatan besarnya variabel Y sebesar 0,239.
- b_2 adalah koefisien regresi X_2 sebesar 0,261 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel X_2 dengan asumsi variabel lain X_1 konstan maka hal ini akan berpengaruh peningkatan besarnya Y sebesar 0,261.

Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Untuk menguji pengaruh Media Sosial (Tik Tok) dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa secara parsial signifikan atau tidak, dalam penelitian ini digunakan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05 dan N sebesar 84 diperoleh 1,990.

**Tabel 6 Hasil Uji t (Parsial)
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	31.585	1.749		18.062	.000
Media Sosial (Tik Tok)	.239	.022	.558	10.687	.000
Gaya Hidup	.261	.023	.595	11.389	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber Data: Diolah Peneliti 2024

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Karena nilai t_{hitung} (10,687) > t_{tabel} (1,990) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan demikian H_0^1 ditolak dan H_a^1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikansi Media Sosial (Tik Tok) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa secara parsial.
- 2) Karena nilai t_{hitung} (11,389) > t_{tabel} (1,990) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan demikian H_0^2 ditolak dan H_a^2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikansi Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa secara parsial.

b. Uji f (Simultan)

Uji f ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X1 dan X2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini untuk menentukan signifikan Pengaruh Media sosial (Tik Tok) dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.

Dalam penelitian ini menggunakan perbandingan F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan pembilang (m-1) dan penyebut (N-m), N yang dimaksud adalah jumlah seluruh sampel dan m adalah jumlah variabel bebas. Jumlah sampel (N) sebesar 84 dan m (jumlah variabel bebas) sebesar 2 maka diperoleh F_{tabel} sebesar 3,108.

**Tabel 7 Hasil Uji F
ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1069.997	2	534.998	149.215	.000 ^b
Residual	290.420	81	3.585		
Total	1360.417	83			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Media Sosial (Tik Tok)

Sumber Data: Diolah Peneliti 2024

Berdasarkan hasil tabel di atas menunjukkan F_{hitung} (149,215) > dan F_{tabel} (3,108) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa secara bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan Pengaruh Media Sosial Tik Tok dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program

Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2023/2024.

Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi digunakan untuk mengukur presentase pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil perhitungan dengan bantuan program *SPSS 22 for windows* diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.887 ^a	.787	.781	1.894

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Media Sosial (Tik Tok)

Sumber Data: Diolah Peneliti 2024

Berdasarkan uji koefisien determinasi di atas dapat diketahui bahwa Adjusted R Square sebesar 0,781 atau 78,1%. Hal ini menunjukkan bahwa 78,1% perubahan pada variabel Y dipengaruhi oleh perubahan variabel X1 dan variabel X2. Sedangkan sisanya 21,9% ($100\% - 78,1\% = 21,9\%$) dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel X1 dan X2 yang mempengaruhi perilaku konsumtif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis di atas maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut; 1) Secara parsial Pengaruh Media Sosial (Tik Tok) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2023/2024. Berdasarkan hasil nilai t_{hitung} (10,687) > t_{tabel} (1,990) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan demikian H_0^1 ditolak dan H_a^1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikansi antara variabel Media Sosial (Tik Tok) (X1) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2023/2024, 2) Secara parsial Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2023/2024. Berdasarkan hasil nilai nilai t_{hitung} (11,389) > t_{tabel} (1,990) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan demikian H_0^2 ditolak dan H_a^2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikansi antara variabel Gaya Hidup (X2) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2023/2024, 3) Secara simultan ada Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2023/2024. Berdasarkan hasil nilai F_{hitung} (149,215) > dan F_{tabel} (3,108) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel Media Sosial (Tik Tok) dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2023/2024, 4) Koefisien determinasi (R^2) bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,781 atau 78,1%. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel Media Sosial (Tik Tok) dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2023/2024 sebesar 78,1% sisanya 21,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

Saran

Mahasiswa diharapkan dapat mengutamakan kebutuhan dari pada keinginan, tidak hanya mengikuti trend perkembangan zaman demi menunjang gaya hidup mewah. Selain itu lebih mengutamakan manfaat dari barang ataupun produk yang akan dikonsumsi, walaupun dalam segi penghasilan mampu untuk membeli barang ataupun produk yang diinginkan. Maka dari itu mahasiswa diharapkan harus lebih bijaksana dalam melakukan pembelian barang atau produk agar tidak menimbulkan perilaku konsumtif.

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya penelitian ini bisa dijadikan bahan referensi yang akan melakukan penelitian selanjutnya. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian dengan tema yang sama di sarankan untuk mencoba menggunakan variabel lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif seperti teman sebaya, lingkungan keluarga, kontrol diri, harga diri, lingkungan sosial dan masih banyak lagi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tanpa mengurangi rasa syukur kepada Allah SWT, terimakasih saya ucapkan kepada orang tua saya atas doa-doa dan dukungan yang luar biasa, terimakasih saya ucapkan kepada dosen pembimbing saya Ibu Maria Agatha Sri Widyanti Hastuti, M.Pd.,M.M. atas bimbingan dan arahnya selama ini, terimakasih kepada adik saya dan pasangan saya yang telah memberikan semangat dan doa. Serta kepada teman-teman Prodi Pendidikan Ekonomi dan seluruh pihak yang telah andil yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamanda, Y. (2018). Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(2), 273–279. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v6i2.4570>
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*.
- Haksanggulawan, A., Hajar, I., & Putera, A. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pekerja Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Enam-Enam Kendari*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.572349/neraca.v1i2.163%0Ahttps://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca/article/view/163>
- Hidayanti, N., Futuchatul Hidayah, S., Al -Hakim, I., & Khairum Nisa, F. (2022). Pengaruh Tiktokshop Sebagai Media Online Shopping Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja. *Mozaik Komunikasi*, 3(2), 36–43.
- Irlianti, M., Razkia, D., & Safitri, A. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial (Tik Tok Shop) Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Wanita Kerja. *Indonesia Journal of Psychological Studies*, 1(1), 58–68.
- Kutlu, T. (2023). *Pengaruh Teman Sebaya, Media Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa* (Vol. 4, Issue 1).
- M Dzaki Ishomi 1, R. S. 2. (2024). Pengaruh Konten Media Sosial Dan Persepsi Harga Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa UNESA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12(1), 20–26.
- Rahma, S. U. ., Bukhari, E., & Prasetyo, E. . (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (JIAM)*, 18(1), 49–56.
- Riduwan. (n.d.). *Dasar-Dasar Statiska*.
- Riduwan. (2011). *Belajar Mudah Penelitian* (Husdarta, Akdon, N. Mulyono, Subandi, & H. Patmawati (eds.)).
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (p. 344). ALFABETA, cv.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.