

ABSTRAK

Tiara Vebriyani, 1620210050, “Pengaruh Media Sosial dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2016).”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana media sosial dan gaya hidup hedonism berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri Kudus angkatan 2016. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan metode survey yakni dengan menyebarkan kuesioner yang berisi pertanyaan dengan jawaban berskala likert kepada 178 responden. Responden yang dipilih adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2016. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif, yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis yang terdiri dari uji t, uji F, serta uji R².

Berdasarkan analisis data, hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada uji asumsi klasik, data berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Pada uji hipotesis dalam uji t diketahui bahwa variabel media sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Sedangkan variabel gaya hidup *hedonisme* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang. Pada uji F diketahui bahwa media sosial dan gaya hidup *hedonisme* secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli ulang. Pada uji R² diketahui bahwa besarnya pengaruh media sosial dan gaya hidup *hedonime* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 78,9%, sedangkan sisanya sebesar 21,1% dipengaruhi faktor lain di luar variabel tersebut.

Kata kunci: Media sosial, gaya hidup hedonis, dan Perilaku Konsumtif