

**PENGARUH JEJARING MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI DI UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI  
KEDIRI**



**Oleh:**

**DEVY FEBTRIA PRAHARDYKA**

**14.1.01.04.0064**

**Dibimbing oleh :**

- 1. Dr. Rr. Forijati, M.M.**
- 2. Dra. Elis Irmayanti, S.E, M.Pd.**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI  
2019**

**SURAT PERNYATAAN**  
**ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2019**




**Yang bertanda tangan di bawah ini:**

Nama Lengkap : Devy Febtria Prahardyka  
NPM : 14.1.01.04.0064  
Telepon/HP : 085 634 486 94  
Alamat Surel (Email) : [Devyfebtria22@gmail.com](mailto:Devyfebtria22@gmail.com)  
Judul Artikel : Pengaruh Jejaring Media Sosial Terhadap Perilaku  
Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Di  
Universitas Nusantara PGRI Kediri.  
Fakultas – Program Studi : FKIP-Pendidikan Ekonomi  
Nama Perguruan Tinggi : Universitas Nusantara PGRI Kediri  
Alamat Perguruan Tinggi : Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 76 Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa :

- Artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
- Artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui,		Kediri, 28 Januari 2019
Pembimbing I,  <u>Dr. Rr. Forijati, M.M</u> NIDN.0028016701	Pembimbing II,  <u>Dra. Elis Irmayanti, S.E, M.Pd</u> NIDN.0006016701	Penulis,  <u>Devy Febtria Prahardyka</u> NPM. 14.1.01.04.0064

**“PENGARUH JEJARING MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI DI UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI”**

DEVY FEBTRIS PRAHARDYKA

14.1.01.04.0064

Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan - Pendidikan Ekonomi

Dosen pembimbing :

Dr. Rr. Forijati, S.E., M.M.<sup>1</sup> dan Dra. Elis Irmayanti, S.E., M.Pd.<sup>2</sup>

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh jejaring media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi di Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Dalam penelitian ini teknik penelitian menggunakan metode survey dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan sampel dengan menggunakan *probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 76 mahasiswa. Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis dengan bantuan *spss* 23.

Hasil penelitian yang dilakukan dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  menunjukkan terdapat pengaruh jejaring media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi. Didapatkan persamaan linier sederhana  $Y = 50,067 + 0,641X$  yang berarti nilai *constant* (a) adalah 50,067 dan koefisien dari variabel jejaring media sosial (b) adalah 0,641. Berdasarkan hasil tersebut termasuk kategori kuat. Persamaan regresi yang telah ditemukan dapat digunakan untuk melakukan prediksi (estimasi) bagaimana pengaruh variabel independen terhadap besarnya perubahan variabel dependen. Koefisien determinasi dari penelitian ini bahwa pengaruh variabel bebas (jejaring media sosial) terhadap variabel terikat (perilaku konsumtif) adalah 61,9% sedangkan sisanya 38,1% dipengaruhi oleh factor lain.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini yaitu bahwa jejaring media sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi di Universitas Nusantara PGRI Kediri.

**KATA KUNCI** : Jejaring Media Sosial, Perilaku Konsumtif.

**I. PENDAHULUAN**

Internet merupakan produk teknologi yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Jika pada masa lalu, masyarakat berinteraksi secara *face to face communication*, maka dewasa ini masyarakat berinteraksi di dalam dunia maya atau melalui interaksi sosial online. Misalnya berinteraksi dengan media sosial (Alyusi, 2016 : 1). Media sosial adalah sebuah media online, sarana bagi manusia

untuk memenuhi kebutuhan akan informasi dan hiburan. Saat ini begitu banyak media sosial yang ada di tengah-tengah masyarakat seperti jejaring sosial yang meliputi *facebook*, *whatsapp*, *instagram*. Dari J. Kuss dkk, (2012:1) : Jejaring sosial adalah suatu komunitas virtual dimana penggunaannya dapat membuat profil pribadi yang bisa di *share* ke publik, berinteraksi dengan teman, bahkan bertemu dengan orang-orang baru dengan ketertarikan yang

sama. Dari pengertian jejaring sosial diatas dapat dikatakan jika jejaring sosial adalah unsur pembangun dan merujuk pada keterikatan dan kesepakatan, sehingga menunjang segala sisi dalam pembangunan.

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia (2008: 1056) perilaku dapat diartikan sebagai tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Sedangkan Perilaku konsumtif diartikan sebagai bersifat konsumsi (hanya memakai, tidak menghasilkan sendiri) (Depdiknas, 2008:728). Menurut Tambunan, (2006:1) : Perilaku Konsumtif adalah keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Dari pengertian perilaku konsumtif diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku boros yang mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan. Padahal mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Kediri adalah calon guru ekonomi yang seharusnya menjadi pedoman sekaligus panutan bagi mahasiswa yang lain supaya tidak membiasakan berperilaku konsumtif. Oleh karena itu, menurut peneliti sekaligus Mahasiswa Pendidikan Ekonomi di

Universitas Nusantara PGRI Kediri penting untuk mengangkat kasus ini sebagai penelitian tentang “ Pengaruh Jejaring Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi di Universitas Nusantara PGRI Kediri”.

## II. METODE

### 1. Identifikasi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah jejaring media sosial sedangkan yang menjadi variabel terikat adalah perilaku konsumtif.

### 2. Teknik dan Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif karena data penelitian ini menggunakan angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Sedangkan teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey*.

### 3. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat pelaksanaan penelitian ini di Kampus Universitas Nusantara PGRI Kediri jln KH. Ahmad Dahlan No. 76. Dan waktu penelitian yang diperlukan peneliti yaitu mulai bulan Juli 2018 – Desember 2018.

### 4. Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan Ekonomi tingkat I,II,III, dan IV Universitas Nusantara PGRI Kediri. Sedangkan sampel penelitian diambil dari

populasi penelitian ini yaitu mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri PGRI Kediri tingkat I,II,III dan IV.

## 5. Instrumen Penelitian dan Teknik

### Pengumpulan Data

#### a. Pengembangan Instrumen

Dalam penelitian ini menggunakan instrument penelitian berupa angket. Menurut Arikunto (2006:151) angket adalah penyertaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadi atau hal-hal yang ia ketahui. Dimana jawaban setiap item instrumen yang menggunakan *skala Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif berupa selalu, sering, kadang-kadang, jarang dan tidak pernah.

#### b. Validitas Instrumen

1. Menurut Arikunto (2006: 168) “Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen”.

#### 2. Uji reliabilitas

Uji reabilitas diperlukan untuk mengetahui ketetapan suatu instrumen (alat ukur) didalam mengukur gejala yang sama

walaupun dalam waktu yang berbeda. Menurut Sugiyono (2015: 122). Pengukuran reabilitas nilai *Cronbach Alpha* yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan SPSS versi 23, yakni dengan uji statistik *Cronbach Alpha*.

#### c. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini melibatkan konsumen secara langsung agar peneliti mendapatkan data primer yang dibutuhkan. Ada satu cara yang dapat dilakukan yaitu :

#### 1. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2015: 142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

#### 2. Studi Pustaka

Dalam hal ini ditempuh studi kepustakaan dengan maksud untuk mendapatkan informasi data secara teoritis melalui buku buku dan bahan tertulis lainnya yang berkaitan dengan penelitian guna memperoleh landasan dalam mengelolah data dan dapat menarik kesimpulan.

## 6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji asumsi klasik sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2012: 160) uji normalitas bertujuan apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai kontribusi atau tidak.

- 1) Grafik
- 2) Statistik

b. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah kedua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan dengan cara, jika signifikan  $> 0,05$ , maka data tidak mempunyai hubungan yang linier dan apabila signifikan  $< 0,05$ , maka data mempunyai hubungan yang linier.

c. Analisis Regresi Linier Sederhana

Upaya menjelaskan dan mengevaluasi hubungan antara suatu variabel dengan satu atau lebih variabel independen Kuncoro (2009:42). Dan untuk mengetahui adakah pengaruh antara variabel X dan Y.

Dimana:  $Y = a + bX$

d. Pengujian Hipotesis

Penelitian ini juga menggunakan uji hipotesis. Data diperoleh dari hasil

pengumpulan data di atas dapat diproses sesuai dengan jenis data kemudian disajikan dalam bentuk tabel dan angka metode statistik.

Uji T (Parsial)

Apabila  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  dan tingkat signifikan  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, yang berarti secara simultan semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dan apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan tingkat signifikan  $> 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  diterima, yang berarti secara simultan semua variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

e. Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

## II. HASIL DAN KESIMPULAN

### 1. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis data, dapat diketahui bahwa jejaring media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif

mahasiswa Pendidikan Ekonomi di Universitas Nusantara PGRI Kediri. Jejaring media sosial salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang, karena apabila seseorang memiliki gaya hidup yang baik maka perilaku konsumsinya akan semakin rasional. Namun, apabila semakin tinggi gaya hidup konsumtif maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kanserina (2015), dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif semakin mewah gaya hidup maka akan meningkatkan perilaku konsumsi yang berlebihan. Sebaliknya, menurunnya gaya hidup mahasiswa, maka akan menurunkan pula tingkat perilaku konsumtifnya, artinya perilaku konsumsinya akan semakin baik dalam kemandirian ekonomi. Apabila gaya hidup yang semakin melekat pada diri mahasiswa dan tidak dapat dikontrol menjadikan kebiasaan dalam sehari-hari maka mahasiswa telah menanamkan perilaku konsumtif pada diri mereka.

Dalam penelitian ini dibuktikan dengan tabel berikut:

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	
1	(Constant)	50,067	8,355		5,993	,000
	X	,641	,058	,787	10,966	,000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Berdasarkan tabel diatas dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka di dapat persamaan regresi linier sederhana dimana nilai constant (a) adalah 50,067 dan koefisien dari variabel jejaring media sosial (b) adalah 0,641, maka persamaan garis regresi antara jejaring media sosial dan perilaku konsumtif dapat disusun dengan  $Y = 50,067 + 0,641X$ , yang berarti konstanta = 50,067 merupakan jika variabel jejaring media sosial (X) = 0 atau tidak berubah, maka perilaku konsumtif (Y) akan menjadi sebesar 50,067 sedangkan koefisien X = 0,641 dapat dijelaskan setiap penambahan 1 satuan jejaring media sosial, maka akan menambah perilaku konsumtif (Y) sebesar 0,641. Sebaliknya setiap penurunan jejaring media sosial (X) maka akan menurunkan perilaku konsumtif (Y) sebesar 0,641. Berdasarkan hasil tersebut termasuk kategori kuat. Persamaan regresi yang telah ditemukan dapat digunakan untuk melakukan prediksi (estimasi)

bagaimana pengaruh variabel independen terhadap besarnya perubahan variabel dependen. Dalam penelitian ini diperoleh koefisien determinasi sebagai berikut:

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,787 <sup>a</sup>	,619	,614	3,565	1,914

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas, didapat korelasi sederhana antara X dan Y sebesar 0,787. Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,619 digunakan untuk mengetahui presentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Artinya pengaruh variabel independen terhadap perubahan variabel dependen adalah 61,9%, sedangkan sisanya 38,1% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel independen X.

Berdasarkan kategori pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien determinasi, dengan hasil koefisien 61,4% menunjukkan bahwa pengaruh jejaring media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi di

Universitas Nusantara PGRI Kediri interpretasi korelasinya adaah sedang.

Jadi, dapat disimpulkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara jejaring media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi di Universitas Nusantara PGRI Kediri.

## 2. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa jejaring media sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri. Hal ini dibuktikan dengan uji t diperoleh persamaan regresi linier sederhana dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  didapat persamaan garis regresi antara jejaring media sosial dan perilaku konsumtif dapat disusun dengan  $Y = 50,067 + 0,641X$ , yang berarti konstanta = 50,067 merupakan jika variabel jejaring media sosial (X) = 0 atau tidak berubah, maka perilaku konsumtif (Y) akan menjadi sebesar 50,067 sedangkan koefisien X = 0,641 dapat dijelaskan setiap penambahan 1 satuan jejaring media sosial, maka akan dapat disusun dengan  $Y = 50,067 + 0,641X$ , yang berarti konstanta = 50,067 merupakan jika variabel jejaring media sosial (X) = 0 atau



tidak berubah, maka perilaku konsumtif (Y) akan menjadi sebesar 50,067 sedangkan koefisien  $X = 0,641$  dapat dijelaskan setiap penambahan 1 satuan jejaring media sosial, maka akan menambah perilaku konsumtif (Y) sebesar 0,641. Sebaliknya setiap penurunan jejaring media sosial (X) maka akan menurunkan perilaku konsumtif (Y) sebesar 0,641. Berdasarkan hasil tersebut termasuk kategori kuat. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,619 yang mengadung pengertian bahwa variabel bebas (jejaring media sosial) terhadap variabel terikat (perilaku konsumtif) menunjukkan pengaruh sebesar 61,9% sedangkan sisanya 38,1% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel independen X.

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu dari hasil penelitian lapangan maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif jejaring media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri PGRI Kediri.

#### IV. DAFTAR PUSTAKA

- Alyusi. Shiefti Dyah. 2016:1. *Media Sosial Interaksi, Identitas, dan Modal Sosial*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Arikunto. 2006:112. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Depdiknas. 2008:728. *Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan*. Jakarta: Dikmenum. Depdiknas
- Ghozali, Imam. 2012:98. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- J. Kuss, Mark D. Griffiths, Mark D. 2012:1. *Adolescent Online Gaming Addiction*. Education and Health Vol 30 No. 1.
- Kanserina Dias. 2015. *Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA 2015*. [Jurnal].
- Kuncoro. 2009:42. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Edisi Ketiga. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2015:122. *Metode Penelitian Kuantitatif*,



*Kualitatif dan RND. Bambang:*  
Alfabeta.

*Empiris.* Jakarta: Ghalia  
Indonesia. .

Tambunan. 2001:1. *Perekonomian*  
*Indonesia: Teori dan Temuan*