

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Objek Penelitian

a. Profil singkat IAIN Kudus

STAIN Kudus dapat dikatakan satu satunya Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (PTAIN) di wilayah Pantai Utara (Pantura) bagian timur Jawa Tengah yang lokasinya dikelilingi oleh 7 (tujuh) kabupaten yaitu kabupaten Kudus, Kabupaten Jepara, Kabupaten Demak, Kabupaten Pati, Kabupaten Grobogan, Kabupaten Rembang, Kabupaten Blora dan juga kabupaten Tuban Jawa Timur.

Awal mula keberadaan STAIN Kudus diilhami oleh pemikiran dan perjuangan mendakwahkan Islam di wilayah Jawa khususnya dan Indonesia umumnya, yang secara umum dapat dikatakan bahwa keberhasilan perlu didukung oleh lembaga pendidikan tinggi yang memiliki kekhususan pengkajian masalah pengembangan keilmuan dan solusi alternatif masalah masalah umat Islam. Memiliki lokasi wilayah geografis tidak dapat terlepas dari sejarah berdirinya Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri di Indonesia yaitu Institut Agama Islam Negeri.

Setelah secara kelembagaan keberadaan STAIN Kudus semakin nampak di permukaan, namun belum memiliki landasan yuridis yang lebih kuat, maka upaya selanjutnya adalah memenuhi permintaan dari Dirjen BINBAGA Islam Nomor: E/PP.00.9/AZ/438/97 tanggal 13 Maret 1997 yang ditujukan kepada semua Pimpinan Fakultas Daerah untuk mengambil langkah-langkah segera menyusun rencana pengembangan ketenagaan, pengembangan Jurusan, program pengembangan perpustakaan dan literatur, rencana pengembangan kampus, Master Plan serta penataan fisik kampus dan rencana anggaran. Dengan segala kemampuan yang ada, dokumen-dokumen yang diminta tersebut dapat dipenuhi sesuai dead line yang telah ditentukan.

Akhirnya, pada bulan Maret 1997 keluarlah Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1997 tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri. Kemudian disusul dengan Keputusan Menteri Agama Nomor: E/125/1997 tentang Pengangkatan Drs. H. Muslim A. Kadir, MA. sebagai Pjs. Ketua STAIN Kudus dengan tugas yang cukup berat yaitu melanjutkan perjalanan STAIN pada tahapan-tahapan berikutnya. Selanjutnya disusul Keputusan Menteri Agama Tahun 1997 tentang Struktur Organisasi STAIN Kudus dan SK Menteri Agama Nomor 383 Tahun 1997 tentang Kurikulum STAIN dan secara teknis, keluar Surat Dirjen BINBAGA Islam Departemen Agama RI Nomor: E/136/1997 yang mengatur tentang Alih Status dan Fakultas Daerah menjadi STAIN.

Dalam perkembangannya, animo masyarakat semakin besar dan adanya tuntutan regulasi baru, pimpinan STAIN Kudus dengan Ketua Dr. H. Fathul Mufid, M.S.I., mulai tahun 2016 mengajukan proposal perubahan bentuk dari Sekolah Tinggi Agama Islam menjadi Institut Agama Islam Negeri. Setelah melalui proses yang panjang, pada tahun 2018 melalui Peraturan Presiden Nomor 27 Tahun 2018 tanggal 7 April 2018 STAIN Kudus resmi berubah bentuk menjadi Institut Agama Islam Negeri Kudus (IAIN Kudus) dan melalui Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor B.II/3/15450 tanggal 18 April 2018 mengangkat Dr. H. Mundakir, M.Ag. sebagai Rektor IAIN Kudus. Pada Desember 2018, terbit Peraturan Menteri Agama RI No. 33 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Kudus yang menjadi dasar berdirinya lima Fakultas, yaitu Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Ushuluddin, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, serta Pascasarjana. Pada 2 Februari 2019, terbit Peraturan Menteri Agama RI No.1 Tahun 2019 tentang STATUTA IAIN Kudus yang menjadi dasar tata kelola untuk semua organ kelembagaan IAIN Kudus.

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) di Institut Agama Islam Negeri Kudus. di FEBI sendiri terdapat lima program studi

antara lain, Ekonomi Syariah (ES), Manajemen Bisnis Syariah (MBS), Zakat dan Wakaf (ZW), Perbankan Syariah (PS), dan Akuntansi Syariah (Aksya). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam bertujuan menyiapkan lulusan sarjana ekonomi dan pebisnis islami yang profesional, sehingga kehadirannya diharapkan menjadi pelaku ekonomi dan bisnis yang berdasarkan kaidah-kaidah Islam, berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW.¹

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam didominasi oleh mahasiswa yang berasal dari Kudus, Pati, Jepara, Demak, Rembang, dan beberapa ada yang dari dalam maupun provinsi Jawa. Mahasiswa FEBI termasuk salah satu kelompok masyarakat yang sudah menjalani hidup modern, hal ini dilihat dari bagaimana keadaan di lingkungannya, seperti lingkungan keluarga, pertemanan, serta kampus yang sudah menggunakan teknologi untuk aktivitas sehari-hari, dan salah satu perangkat teknologi yang sekarang paling sering digunakan adalah Smartphone.

b. Visi Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

1) Visi

- a) Menghasilkan Sarjana yang memiliki kompetensi di bidang Ekonomi dan Bisnis Islam
- b) Menyiapkan lulusan yang memiliki integritas sebagai sarjana pembelajar dan memiliki kemampuan akademik dan profesional dalam mengembangkan ilmu ekonomi dan bisnis islam melalui Islam terapan
- c) Menyiapkan calon entrepreneur yang kreatif dan bisnis islam sehingga mampu berperan dalam mewujudkan masyarakat yang madani demokratis dan bermoral islam
- d) Menjadi salah satu Fakultas terunggu di bidang ekonomi dan bisnis Islam serta menjadi rujukan bagi calon mahasiswa ditingkat nasional.

¹ Mundakir, dkk. "Pedoman Akademik IAIN Kudus Tahun 2019," *IAIN Kudus* (2009): 11-15, diakses pada 9 Mei 2021, [http://: profil IAIN Kudus](http://profil.IAINKudus).

- 2) Misi
 - a) Mengembangkan program studi sebagai *Center of Islamic Learning* di bidang ilmu ekonomi dan bisnis islam
 - b) Menyiapkan lulusan yang profesional dan siap mengelola lembaga keuangan dan bisnis islam sehingga mampu memenuhi tuntutan pasar industri
 - c) Membentuk lulusan Sarjana Ekonomi yang berkualitas, berfikir ilmiah, berbudaya akademik, berperilaku santun, dan produktif dalam ilmu dan amal
 - d) Menjalin kerjasama dengan berbagai Lembaga Keuangan Syariah, baik dalam skala regional maupun Nasional dan bidang pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat
 - e) Mengembangkan pemberdayaan ekonomi dan bisnis islam dalam menerapkan nilai-nilai kearifan lokal.

c. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus

- 1) Dekan : Dr Supriyadi, SH., MH.
- 2) Wakil Dekan 1 : Dr Hj Anita Rahmawaty, M.Ag.
- 3) Wakil Dekan 2 : Dr H Solikhul Hadi, M.Ag.
- 4) Ketua Prodi Manajemen Bisnis dan Syariah : Dr Ekawati Rahayu Ningsih, S.H., M.M.
- 5) Ketua Prodi Ekonomi Syariah : Surepno, M.Si.
- 6) Ketua Prodi Akuntansi Syariah : Tina Martini, S.E., M.Si.
- 7) Ketua Prodi Perbankan Syariah : Kharis Fadlullah Hana, M.E.
- 8) Ketua Prodi Manajemen Zakat dan Wakaf : Moh Nurul Qomar, M.EI.

2. Analisis data

a. Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus dengan populasi mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam IAIN Kudus tahun 2016, yaitu Eonomi Syariah, Manajemen Bisnis Syariah, dan Zakat dan Wakaf, sebanyak 322 mahasiswa, dan 178

mahasiswa yang akan dijadikan sampel Berdasarkan data yang didapatkan, responden dideskripsikan berdasarkan jenis kelamin, usia, angkatan, prodi, uang yang diperoleh perbulan, jenis pembayaran yang sering dipakai, jenis barang yang sering dibeli.

Penelitian ini membahas tentang pengaruh dari media sosial, gaya hidup *hedonisme* terhadap perilaku konsumtif di kabupaten Kudus Pada penelitian ini terdiri dua variabel bebas, yaitu media sosial (X1), gaya hidup *hedonisme* (X2), serta satu variabel terikat, yaitu perilaku konsumtif (Y) Adapun data penelitian ini diperoleh dengan cara menyebar kuesioner melalui google form kepada mahasiswa FEBI angkatan 2016 sebanyak 178 responden.

Berikut ini adalah deskripsi dari responden yang telah mengisi kuesioner dengan beberapa karakteristik yang telah ditentukan oleh peneliti.

b. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
Laki-laki	80	44,94 %
Perempuan	98	55,06 %
Jumlah	17	100 %

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2021.

Dari tabel 4.1 menunjukkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti bahwa responden laki-laki sebanyak 80 orang atau 44,94% dari keseluruhan jumlah responden Sedangkan untuk responden perempuan sebanyak 98 orang atau 55,06% dari keseluruhan jumlah responden Jadi mayoritas responden pada penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan.

c. Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2 Responden Berdsarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase (%)
21 s/d 22 tahun	67	37,64%
23 s/d 24 tahun	110	61,80%
Diatas 24 tahun	1	0,56%
Jumlah	178	100%

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2021.

Dari tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden dengan usia 21-22 tahun sebanyak 67 orang atau 37,64%

dari total jumlah responden, responden dengan usia 23- 24 tahun sebanyak 110 orang atau sebesar 61,80%, dan responden dengan usia diatas 24 tahun sebanyak 1 orang atau sebesar 0,56% Pada penelitian ini mayoritas responden dengan usia 23-24 tahun atau sebesar 61,80% dari jumlah keseluruhan responden.

d. Responden Berdasarkan Program Studi

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Program Studi

Program Studi	Frekuensi	Presentase (%)
Ekonomi Syariah	94	52,81%
Manajemen dan Bisnis Islam	72	40,45%
Manajemen Zakat dan Wakaf	12	6,74%
Jumlah	178	100%

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2021.

Dari tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden mahasiswa prodi ekonomi syariah sebanyak 94 orang atau sebesar 52,81%, responden mahasiswa prodi manajemen dan bisnis syariah sebesar 72 orang atau sebesar 40,45%, dan responden dengan prodi manajemen zakat dan wakaf sebanyak 12 orang atau sebesar 6,74% Pada penelitian ini mayoritas reponden dari prodi ekonomi syariah 94 orang dari keseluruhan responden.

e. Responden Berdasarkan Pendapatan Jatah Uang Bulanan

Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendapatan Jatah Uang Bulanan

Jatah uang bulanan	Frekuensi	Presentase (%)
< Rp.500.000	31	17,42%
Rp.500.000 s/d Rp 1.000.000	122	68,54%
>Rp 1.000.000	25	14,04%
Jumlah	178	100%

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2021.

Dari tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden dengan jatah uang bulanan kurang dari Rp.500.000 sebanyak 31 orang, responden dengan uang jatah bulanan Rp500.000-Rp1.000.000 sebanyak 122 orang dan responden dengan uang jatah bulanan lebih dari Rp.1.000.000 sebanyak 25 orang Jadi pada penelitian ini yang menjadi mayoritas uang jatah bulanan mahasiswa FEBI adalah Rp.500.000-

Rp.1.000.000 perbulan sebanyak 122 orang dari total responden.

f. Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja Perbulan
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja Perbulan

Frekuensi belanja perbulan	Frekuensi	Presentase (%)
1-5 kali	153	85,95%
5-10 kali	22	12,36%
>10 kali	3	1,69%
Jumlah	178	100%

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2021.

Berdasarkan tabel di atas, frekuensi belanja perbulan yang dilakukan oleh responden antara 1-5 kali sebanyak 153 orang, frekuensi belanja perbulan yang dilakukan oleh responden antara 5-10 kali sebanyak 22 orang, dan frekuensi belanja perbulan yang dilakukan lebih dari 10 kali sebanyak 3 orang. Jadi, mayoritas responden dalam penelitian adalah responden yang sering melakukan belanja per bulannya melakuka frekuensi belanja perbulan sebanyak 1-5 kali sebesar 153 orang.

g. Responden Berdasarkan Alat Pembayaran Yang Sering Digunakan
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Alat Pembayaran Yang Sering Digunakan

Alat pembayaran yang sering digunakan	Frekuensi	Presentase (%)
Tunai atau bayar di tempat (COD)	70	39,32%
Transfer bank (m-banking atau ATM)	78	43,82%
Alfamart/indomart	30	16,85%
Jumlah	178	100%

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2021.

Berdasarkan tabel diatas, alat pembayaran yang sering dipakai adalah dengan transfer bank yang menunjukkan presentase sebesar 43,82% atau sebanyak 78 orang, urutan selanjutnya dengan menggunakan alat pembayaran tunai atau bayar ditempat dengan presentase sebesar 39,32% atau sebanyak 70%, dan yang menggunakan alat pembayaran

melalui alfamart/indomart sebesar 16,85% atau sebanyak 30 orang Maka dari itu alat pembayaran melalui transfer bank dengan m-banking maupun ATM lebih banyak diminati responden.

3. Uji Validitas

Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel Untuk mengetahui r hitung, peneliti menggunakan bantuan program spss 20, sedangkan untuk r tabel peneliti mencari di tabel Untuk mengetahui r tabel dapat dilihat *degree of freedom* dengan rumus $df = n-2$. Di dalam penelitian ini $df=n-2$, dengan α 0,05 sehingga r tabel diperoleh sebesar 0,1996 Adapun hasil uji validitas pada setiap variabel akan disajikan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial (X1)

Variabel	Item	Pearson Correlation	R tabel	Keterangan
Media sosial (X1)	1	0,817	0,147	Valid
	2	0,805	0,147	Valid
	3	0,742	0,147	Valid
	4	0,786	0,147	Valid
	5	0,737	0,147	Valid
	6	0,473	0,147	Valid

Sumber : Data Output SPSS yang Diolah, 2021.

Dapat dilihat dari data pada tabel 4.7 bahwa semua item mempunyai nilai pearson corellation atau r hitung lebih besar dari r tabel, di mana r tabel senilai 0,147 Jadi semua pertanyaan pada variabel media sosial dinyatakan valid.

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup Hedonis (X2)

Variabel	Item	Paerson correlation	R tabel	Keterangan
Gaya Hidup Hedonis	1	0,375	0,147	Valid
	2	0,792	0,147	Valid
	3	0,844	0,147	Valid
	4	0,791	0,147	Valid
	5	0,842	0,147	Valid
	6	0,555	0,147	Valid

	7	0,527	0,147	Valid
	8	0,405	0,147	Valid

Sumber: data output SPSS yang diolah, 2021.

Berdasarkan data di tabel 4.8 menunjukkan bahwa seluruh item mempunyai nilai *pearson corellation* atau r hitung lebih besar dari r tabel Jadi seluruh pertanyaan pada variabel gaya hidup *hedonis* dinyatakan valid.

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Variabel	Item	Pearson correlation	R tabel	Keterangan
Perilaku Konsumtif	1	0,685	0,147	Valid
	2	0,693	0,147	Valid
	3	0,609	0,147	Valid
	4	0,859	0,147	Valid
	5	0,832	0,147	Valid
	6	0,692	0,147	Valid
	7	0,842	0,147	Valid
	8	0,626	0,147	Valid
	9	0,760	0,147	Valid
	10	0,760	0,147	Valid

Sumber: Data Output SPSS yang Diolah, 2021.

Dari data di tabel 4.9 bisa dilihat bahwa keseluruhan item mempunyai nilai *pearson corellation* atau r hitung lebih besar dari r tabel Oleh karenanya, semua pertanyaan pada variabel perilaku konsumtif dinyatakan valid.

4. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kuesioner sebagai indikator variabel Apabila jawaban responden konsisten, akurat, dan tepat dalam mengukur variabel, maka kuesioner ini dikatakan reliabel Berikut adalah hasil uji reliabilitas pada penelitian ini:

Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	N of items	Cronbachs Alpha	Keterangan
Media sosial	6	0,825	Reliabel
Gaya hidup hedonis	8	0,814	Reliabel
Perilaku konsumtif	10	0,906	Reliabel

Sumber: Data Output SPSS yang Diolah, 2021.

Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* > 0,60 dan dikatakan tidak reliabel jika nilai *cronbach alpha* < 0,60. Dari data di atas dapat dilihat bahwa semua instrumen memiliki nilai *cronbach alpha* lebih dari 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua variabel reliabel dan nilai dari semua variabel yang diteliti yakni Media sosial, Gaya hidup hedonis, dan perilaku konsumtif dapat dipercaya dan diandalkan.

5. Uji Asumsi Klasik
a. Uji Normalitas

Dalam uji normalitas dapat menggunakan uji selain grafik yaitu uji kolmogorov smirnov karena dapat meminimalkan kesalahan dalam pengujian yang dilakukan sebelumnya. Dasar pengambilan keputusan pada penelitian ini dengan melihat nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi > 0,05 artinya nilai residual berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai signifikansi < 0,05 artinya nilai residual tidak berdistribusi normal. Berikut ini adalah hasil uji kolmogorov smirnov.

Tabel 4.11 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		178
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std Deviation	3,214913
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,042
	Positive	,035
	Negative	-,042
Kolmogorov-Smirnov Z		,556
Asymp Sig (2-tailed)		,917

a Test distribution is Normal.
 b Calculated from data.

Sumber data: Output SPSS yang Diolah, 2021.
 Dari tabel 4.11 menunjukkan hasil uji normalitas kolmogorov smirnov diperoleh nilai signifikansi sebesar

0,917 Itu berarti nilai signifikansi $0,917 > 0,05$ yang berarti nilai residual berdistribusi normal Berdasarkan pengujian yang dilakukan, disimpulkan bahwa data yang digunakan peneliti benar-benar terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi menghasilkan korelasi diantara variabel bebas Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF) Nilai yang biasa digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai toleransi $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.

Tabel 4.12 hasil uji multikolinieritas

Coefficients^a

	Unstand ardzied Coefficie nts		Stand ardzied Coeffi cients	t	Si g.	Collinea rity Statistic s	
	B	Std Erro r	Beta			Tol era nce	VI F
(Constant)	1,172	1,718		,682	,496		
MEDIA SOSIAL	-,182	,099	-,090	1,840	,067	,502	1,993
GAYA HIDUP HEDONISM E	1,293	,067	,950	19,360	,000	,502	1,993

a Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Sumber data: Output SPSS yang Diolah, 2021.

Berdasarkan hasil uji di atas menunjukkan bahwa nilai toleransi dari seluruh variabel lebih besar dari 0,10 dan seluruh nilai VIF kurang dari 10 Jadi hasil dari

penelitian ini adalah tidak terjadi adanya multikolinieritas dan memiliki model regresi yang baik.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan variansi dan residual satu observasi ke observasi lainnya dalam model regresi. Apabila variance dari residual satu observasi ke observasi lain konstan, maka disebut homoskedastisitas dan apabila berbeda disebut heteroskedastisitas. Adapun model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas.

Tabel 4.13 Hasil Uji Spearman

Correlations

			MEDIA SOSIAL	GAYA HIDUP HEDONIS ME	abs_res
Spearman's rho	MEDIA SOSIAL	Correlation	1,000	,647**	,098
		Coefficient			
		Sig (2-tailed)	.	,000	,192
		N	178	178	178
	GAYA HIDUP HEDONIS ME	Correlation	,647**	1,000	-,070
		Coefficient			
		Sig (2-tailed)	,000	.	,356
		N	178	178	178
	abs_res	Correlation	,098	-,070	1,000
		Coefficient			
		Sig (2-tailed)	,192	,356	.
		N	178	178	178

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari hasil pengolahan heterokedastisitas yang dilakukan dengan uji glejser, menunjukkan hasil bahwa nilai signifikansi dari hasil uji heterokedastisitas di atas secara keseluruhan memiliki tingkat signifikansi $> 0,05$ yang artinya tidak ada korelasi antara besarnya data dengan residual sehingga bila data diperbesar tidak menyebabkan residual (kesalahan) semakin besar pula Jadi, nilai signifikansi dari seluruh variabel penelitian ini lebih besar daripada $0,05$ sehingga tidak ada masalah heteroskedastisitas.

6. Uji Statistik

Penelitian ini menggunakan analisis inferensial, dimana inferensial merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan menerapkan hasilnya pada populasi Teknik inferensial yang digunakan adalah sebagai berikut

a. Uji t (parsial)

Uji t merupakan uji koefisien regresi parsial tunggal guna mencari tahu apakah variabel bebas secara individual berpengaruh terhadap variabel terikat Adapun pengujiannya dapat dilakukan dengan menentukan formulasi H_0 dan H_a Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sedangkan jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima Uji lainnya yaitu dengan membandingkan t hitung dengan t tabel Jika t hitung $< t$ tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sedangkan jika t hitung $> t$ tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial

Coefficients^a

	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.
Model				

	B	Standard Error	Beta		
1 (Constant)	1,172	,718		,682	,496
MEDIA SOSIAL	-,182	,099	-,090	1,840	,067
GAYA HIDUP HEDONISME	1,293	,067	,950	19,360	,000

a Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Sumber data: Output Spss yang Diolah, 2021.

Data diatas menunjukkan bahwa:

- 1) Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif
 Dapat dilihat bahwa nilai sig variabel media sosial sebesar $0,067 > 0,05$ dan t hitung $-1,840 < 1,973$ yang berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak Artinya variabel media sosial secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
- 2) Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif
 Berdasarkan data di atas, variabel gaya hidup hedonis memiliki nilai sig $0,000 < 0,05$ dan t hitung $19,360 > 1,973$ yang berarti H_0 ditolak dan H_2 diterima Itu berarti variabel gaya hidup hedonis secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

b. Uji F (simultan)

Uji f merupakan pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat Adapun

pengujiannya bisa diselesaikan dengan menentukan formulasi Ho dan Ha Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka Ho diterima dan Ha ditolak, sedangkan jika nilai signifikan $< 0,05$ maka Ho ditolak dan Ha diterima atau dengan cara lain yaitu jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ maka Ho diterima dan Ha ditolak, sedangkan jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ maka Ho ditolak dan Ha diterima

Tabel 4.15 Hasil Uji Simultan

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	6830,492	2	3415,246	326,699	,000 ^b
Residual	1829,413	175	10,454		
Total	8659,905	177			

a Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

b Predictors: (Constant), GAYA HIDUP HEDONIS, MEDIA SOSIAL

Tabel 4.1

Sumber data: Output SPSS yang Diolah, 2021.

Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa nilai signifikan adalah $0,000 < 0,05$ dan $F \text{ hitung } 326,699 > 3,05$ sehingga Ho ditolak dan Ha diterima Artinya semua variabel bebas (media sosial, gaya hidup hedonis) secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

c. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen Nilai koefisien determinasi berada di antara nol hingga satu Nilai R^2 yang kecil menandakan bahwa variabel bebas (X) memiliki kemampuan yang sangat terbatas dalam menerangkan variabel terikat (Y), sedangkan nilai R^2 yang besar menandakan bahwa kemampuan variabel independen (X) memiliki kemampuan yang tinggi dalam menerangkan variabel terikat (Y) Berikut ini nilai R^2 yang dihasilkan dari penelitian ini.

Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std Error of the Estimate
1	,888 ^a	,789	,786	3,23323

a Predictors: (Constant), GAYA HIDUP HEDONIS, MEDIA SOSIAL

Sumber data: output SPSS yang diolah, 2021.

- 1) Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,888 yang berarti nilai tersebut mendekati satu, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen dengan variabel dependen. Nilai yang mendekati satu ini menunjukkan bahwa variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dari variabel dependen.
- 2) Koefisien determinasi (R²) sebesar 0,789 yang berarti variabel independen dapat menjelaskan atau mempengaruhi variabel dependen sebesar 78,9% dan sisanya sebesar 21,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
- 3) Koefisien adjusted R sebesar 0,786 menjelaskan bahwa penelitian ini menggambarkan telah mendekatinya seluruh populasi.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel media sosial secara parsial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dibuktikan dengan uji t dimana variabel media sosial memiliki t hitung sebesar -1,840 yang mana lebih kecil dari t tabel yaitu senilai 1,973. Kemudian nilai signifikansi sebesar 0,067 yang diperoleh dari perhitungan ini lebih besar dari 0,05 sehingga bisa dikatakan bahwa pada penelitian ini, variabel media sosial secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Ini artinya H1 ditolak dan Ho diterima.

Kemajuan teknologi utamanya internet utamanya penggunaan media sosial sudah masuk ke sendi-sendi kehidupan mereka dalam hal ini para mahasiswa Apapun yang terjadi di dunia luar sudah tidak bisa terhalang oleh waktu dan tempat Hal demikian ini pasti akan berdampak terhadap perilaku seseorang dalam melakukan belanja untuk memenuhi kebutuhannya secara daring Meskipun dalam penelitian ini media sosial secara parsial tidak mempengaruhi perilaku konsumtif akan tetapi pada pengaruh secara simultan media sosial ikut mempengaruhi perilaku konsumtif Hal ini menunjukkan bahwa masih adanya peran media sosial dalam hal perilaku konsumtif yang hal ini dapat terjadi pada mahasiswa

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Hal tersebut sesuai dengan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dede Mustomi dan Aprilia Puspasari (2020), yang mana variabel media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

2. Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup hedonisme secara parsial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Hal ini dibuktikan dengan uji t dimana variabel gaya hidup hedonisme memiliki t hitung sebesar 19,360 yang mana lebih besar dari t tabel yaitu senilai 1,973 Kemudian nilai signifikansi sebesar 0,000 yang diperoleh dari perhitungan ini lebih kecil dari 0,05 sehingga bisa dikatakan bahwa pada penelitian ini, variabel media sosial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Ini artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Gaya hidup Hedonis merupakan suatu pola hidup yang aktivitas untuk mencari kesenangan hidupba seperti pembelian dan pemakaian produk yang didasarkan pada pemikiran yang subjektif atau secara emosional Hal ini didorong dengan perilaku panca Indra, khayalan dan emosi yang menjadikan kesenangan dan kenikmatan materi yang menjadi tujuan utama hidup Berkembangnya produk-produk fashion dan trend Gaya hidup yang semakin modern yang ditawarkan oleh pemasar, tentunya pemahaman terhadap perilaku konsumen merupakan bagian yang sangat penting yang harus diketahui.

Gaya hidup hedonis yang cenderung kepada bergaya mewah-mewahan dan bersifat subjektif dalam melakukan pembelian produk disebabkan oleh beberapa faktor yaitu belanja merupakan pengalaman, ajang sosialisasi, mengatasi kejenuhan, mengikuti trend baru, adanya peran untuk orang lain, dan adanya tawaran-tawaran yang menarik seperti jajanan untuk memenuhi keinginan, menjaga penampilan diri, obralan dan lainnya.

Berdasarkan penelitian yang terjadi pada mahasiswa bahwasanya gaya hidup hedonis yang mendorong mereka melakukan perilaku konsumtif Dimana akibat adanya kegiatan, minat dan pendapat mereka diluar kebutuhan karena orientasi mereka bukan berdasarkan kebutuhan Akan tetapi lebih pada kesenangan tersendiri sehingga tidak memperhatikan manfaat dari produk yang dibeli.

Hal tersebut sesuai dengan dengan penelitian yang dilakukan oleh Masnida Khairat (2018) yang mana variabel gaya hidup hedonis berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif