



## **PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SISWA KELAS XI SMA NEGERI 5 PEMATANG SIANTAR**

**Malinda Saragih<sup>1</sup>, Anton Luvi Siahaan<sup>2</sup>, Binsar Tison Gultom<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar / Program Studi Pendidikan Ekonomi  
e-mail: malindasaragih30@mail.com<sup>1</sup>, antonluvi644@gmail.com<sup>2</sup>, binsartisongultom@gmail.com<sup>3</sup>

### **INFO ARTIKEL**

#### **Riwayat Artikel :**

Diterima : 01-11-2023  
Disetujui : 10-11-2023  
Diterbitkan : 30-11-2023

#### **Kata Kunci :**

Penggunaan Istagram, Perilaku  
Konsumtif.

### **ABSTRAK**

Masalah dalam penelitian ini adalah semakin menariknya media sosial instagram sehingga perilaku siswa semakin meningkat dalam berperilaku konsumtif . Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 5 Pematang Siantar. Jenis penelitian adalah metode kuantitatif penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial Instgram terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 5 Pematang Siantar Subjek penelitian ini adalah siswa kelas XI SMA Negeri 5 Pematang Siantar . Sehingga diambil jumlah keseluruhan siswa yang menggunakan media sosial Instagram digunakan sampel total yaitu 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode penelitian pustaka, dokumentasi, kuesioner. Hasil koesioner telah di uji validitas dan reliabilitasnya juga telah di uji, berupa asumsi normalitas. Teknik analisis data menggunakan teknik uji normalitas, uji heteroskedisitas regresi sederhana, uji f dan uji t. Dengan menggunakan program Statistical Productand Service Solution (SPSS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis yang di ajukan di terima karena menunjukkan hasil uji hipotesis positif dan signifikan. Ini berarti bahwa penggunaan media sosial Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 5 Pematang Siantar.

### **ARTICLE INFO**

#### **Article History :**

Received : 01-11-2023  
Accepted : 10-11-2023  
Publish : 30-11-2023

#### **Keywords:**

Use of Istagram, Consumptive  
Behaviour.

### **ABSTRACT**

*The problem of this research is that the social media Instagram is becoming increasingly attractive so that students' consumer behavior is increasing. This research aims to determine the influence of the use of social media Instagram on the consumer behavior of class XI students at SMA Negeri 5 Pematang Siantar. This type of research is a quantitative method. This research was carried out to find out how the use of Instagram social media affects the consumer behavior of class XI students at SMA Negeri 5 Pematang Siantar. The subjects of this research were students in class So that the total number of students who use*



---

*Instagram social media was taken, a total sample of 100 respondents was used. Data collection was carried out using library research methods, documentation, questionnaires. The results of the questionnaire have been tested for validity and reliability, in the form of normality assumptions. Data analysis techniques use normality test techniques, simple regression heteroscedicity tests, f tests and t tests. By using the Statistical Product and Service Solution (SPSS) program. The research results showed that the hypothesis proposed was accepted because it showed positive and significant hypothesis test results. This means that the use of social media Instagram has a positive and significant effect on the consumer behavior of class XI students at SMA Negeri 5 Pematang Siantar.*

---

## **PENDAHULUAN**

Saat ini penggunaan teknologi informasi sudah semakin pesat. Berbagai hal dapat dilakukan dengan mudah karena adanya internet. Salah satu hal yang lebih mudah untuk dilakukan adalah berkomunikasi. Komunikasi merupakan suatu hubungan yang melibatkan proses ketika informasi dan pesan dapat tersalurkan dari satu pihak (orang dan benda/media) ke pihak lain. Perkembangan globalisasi terutama di bidang teknologi informasi telah membawa perubahan besar bagi bentuk komunikasi. Dunia maya yang lebih dikenal dengan istilah internet telah memberikan banyak pengaruh dan perubahan bagi penggunanya, khususnya mahasiswa. Era teknologi informasi secara tidak langsung mempengaruhi mahasiswa untuk terlibat di dalamnya. Sebuah tren yang belakangan ini melanda dunia maya atau internet adalah tren media sosial. Media sosial merupakan salah satu sarana komunikasi yang populer dikalangan mahasiswa seperti facebook, twitter, BBM, atau media lain, yang mempermudah cara berkomunikasi mereka. Hal ini tentunya akan memberikan dampak terhadap komunikasi mahasiswa terhadap lingkungannya. Media sosial (social media) telah menjadi bagian dari kehidupan modern saat ini. Diperkirakan yang akan menjadi tren adalah 3S, yakni *Social, Share, and Speed*. *Social* adalah bagaimana seseorang terhubung dengan orang lain dan saling berbagi. *Share* adalah bagaimana seseorang membagikan pengalamannya kepada orang lain melalui teks, foto, video, apapun itu melalui jejaring sosial. *Speed* adalah bagaimana jejaring sosial bisa memberikan informasi yang sangat cepat, melebihi kecepatan wartawan menuliskan berita. Saat ini, media sosial yang paling banyak digunakan atau paling populer adalah Instagram. Dengan adanya media sosial, siapapun dapat mengikuti minat yang disukainya. Selain itu, Instagram juga bisa menjadi media pencitraan, dimana pengguna dapat mengekspresikan kesukaannya kepada foto atau video yang diunggah. Media sosial Instagram juga bisa disebut media sharing, yang membuat penggunanya dapat berbagi foto dan video pendek berdurasi satu menit. Media sosial ini memiliki banyak manfaat, dimana siapapun dapat berinteraksi dengan orang lain, baik orang yang sudah dikenal maupun belum dikenal. Manfaat lain dari Instagram adalah menjadi media promosi berbagai pihak yang menjual produk, menjadi media informasi, serta menjadi media hiburan dari unggahan yang mengandung unsur humor. Pada media sosial Instagram sering ditemukan pula berbagai macam hal yang viral hingga bermunculan selebgram atau orang yang sebenarnya bukan orang terkenal, tetapi mereka memiliki banyak pengikut karena postingan foto atau videonya yang menarik. Salah satu media sosial yang banyak digemari dan merupakan salah satu fitur unggulan di smartphone adalah Instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya atau memiliki pengikut akun Instagram. dan komunikasi antara pengguna Instagram dapat terjalin dengan memberikan tanda suka (*like*) dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Di Indonesia menjadi salah satu negara dengan



pengguna Instagram terbanyak, dan 89% pengguna layanan Instagram berasal dari kalangan usia 18 sampai 34 tahun yang mengakses Instagram setidaknya seminggu sekali. Melalui media sosial Instagram siswa dapat mencari informasi apapun dan dimanapun. Tidak jarang media sosial instagram dijadikan ajang pameran bagi sebagian siswa. Karena siswa/i dapat memperbarui (*update*) aktivitas mereka. Padahal seharusnya sosial media dapat menjadi media yang memudahkan mereka dalam mencari teman belajar dengan mudah, mencari informasi terkait dengan pelajaran. dengan banyaknya siswa yang mengakses media sosial seperti Instagram sehingga membuat banyak produsen yang memasarkan produknya melalui media sosial Instagram, sehingga terjadilah aktivitas jual beli secara online. Produsen menjadikan kalangan remaja sebagai salah satu target pasar yang potensial, karena siswa mudah terbuju rayuan iklan, suka mengikuti teman, tidak realistis dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya. Belum lagi unsur-unsur budaya asing seperti pola pergaulan hedonis telah melekat pada gaya hidup siswa. Salah satu selebgram yang terkenal adalah Hamidah Rachmayanti. Selebgram cantik satu ini mempunyai followers mencapai 524 ribu hingga sekarang. Bukan hanya ia saja, masih banyak lagi selebgram yang menjadi idola baru masa kini dan membuat pengguna media sosial instagram ingin menirunya. Tanpa disadari, perilaku pengguna instagram pun mulai berubah, misalnya ingin memiliki barang yang dipakai atau dimiliki selebgram, ingin berdandan seperti selebgram, ingin mengonsumsi makanan yang kekinian dan ingin mengunjungi tempat-tempat yang sedang banyak dikunjungi pengguna media sosial instagram lainnya. Perilaku inilah yang cenderung menuju kepada perilaku konsumtif. Pengaruh perilaku konsumtif juga merajalela di kalangan mahasiswa. Karena mereka juga tertarik dengan produk yang ditawarkan melalui media sosial instagram ataupun karena pengaruh dari teman yang ada di lingkungannya. Keinginan mereka dalam memiliki atau menikmati sesuatu secara terus menerus akan mengakibatkan munculnya perilaku konsumtif dengan cirinya yaitu memenuhi kebutuhan dan keinginannya secara berlebihan. apalagi saat ini untuk membeli produk yang diinginkan begitu mudah dengan adanya online shop pada media sosial Instagram. Menurut observasi awal yang dilakukan oleh peneliti, sosial media Instagram sudah banyak digunakan oleh siswa SMA Negeri 5 Pematang Siantar. Tidak terasa, penggunaan instagram juga berpengaruh pada perilaku dari siswa. Mulai dari banyaknya foto-foto siswa yang mengikuti gaya dari selebgram dilengkapi dengan beragam outfit atau pakaian dan segala aksesorisnya, ataupun mengunjungi berbagai tempat yang sedang banyak diperbincangkan orang, hingga mencicipi berbagai makanan yang banyak diburu orang.

**Tabel 1. Faktor penyebab siswa berperilaku konsumtif**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	Terpengaruh media sosial/iklan	20	43,47%
2.	Mengikuti teman	10	21,73%
3.	Uang saku	12	26,08%
4.	Lasan lain	4	08,69%
	Jumlah	46	100%

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa yang paling mempengaruhi adalah factor uang saku sebesar 26,08%. Dalam hal ini siswa mendapatkan uang saku dari orang tua berlebihan sehingga siswa memiliki kemampuan untuk membeli barang apa saja yang ia inginkan. Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI SMA Negeri 5 Pematang Siantar“.



## METODE

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode positivistic karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit /empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Penelitian ini dilakukan di SMA 5 Pematang Siantar Jl. Medan Km 6,8, Kec, Siantar Martoba, Kota Pematang Siantar, Sumatera Utara 21138. Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu siswa/i yang menggunakan media sosial instagram sebanyak 100 responden. Dalam mengumpulkan data, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data antara lain: Kuesioner atau angket dan dokumentasi. Instrumen pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data adalah dengan cara memberikan sebuah angket. maka angket atau kuesioner yang digunakan harus perlu diuji terlebih dahulu apakah layak atau tidak digunakan dalam mengumpulkan informasi bagi peneliti.

### Uji Validitas Angket

Arikunto (2013: 87) untuk menguji kesahihan dan kendali kuisisioner maka digunakan rumus *korelasi product moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

### Uji Realibitas Angket

Uji realibitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsistensi jika pengukuran tersebut diulang. Untuk menguji realibitas instrumen pada penelitian ini digunakan rumus KR-20 yang dikemukakan oleh (Arikunto 2013:89) sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1}\right) \left(\frac{v_t - \sum pq}{v_t}\right)$$

### Uji Normalitas Data

Menurut Sugiyono (2017:239), uji normalitas digunakan untuk mengkaji kenormalan variabel yang diteliti apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Hal tersebut penting karena bila data setiap variabel tidak normal, maka pengujian hipotesis tidak bisa menggunakan statistik parametik.

### Uji Multikolinearitas Data

Multikolinearitas adalah hubungan linier antar variabel bebas. Ghazali (2017:71) menyatakan bahwa uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada korelasi diantara variabel. Bila ada korelasi yang tinggi diantara variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu.

### Uji Heteroskedastisitas Data

Uji statistik yang digunakan untuk menilai heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah uji Breusch Pagan . Ghazali (2017: 90) menyatakan bahwa uji Breusch Pagan dapat dilakukan dengan meregres nilai absolute residual terhadap variabel independen lain. Dengan tingkat signifikansi 5%, adanya heteroskedastisitas dapat diketahui dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika nilai probabilitas variabel independen lebih besar (>) dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- Jika nilai probabilitas variabel independen lebih kecil (<) dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.



### Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). analisis ini mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apabila variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Adapun rumus yang digunakan:

$$Y = a + Bx + e$$

### Uji t-test (Parsial)

T-test ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Adapun nilai taraf signifikannya sebesar  $\alpha = 1\%$  sampai  $10\%$ . Untuk melakukan uji hipotesis, ada beberapa ketentuan yang perlu diperhatikan, yaitu merumuskan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan harus disertai pula dengan hipotesis alternatif ( $H_a$ ),

### Uji F (Simultan)

Uji simultan dengan uji F ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama yaitu variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun nilai taraf signifikasinya sebesar  $\alpha = 0,01$  sampai dengan  $0,5$ .

### Uji Koefisien Determinasi

Determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel dependen. Untuk mengetahui besarnya pengaruh pendapatan orang tua dan fasilitas belajar terhadap prestasi belajar mahasiswa maka koefisien determinan  $r^2$  dapat ditentukan dengan rumus:

$$KD = \frac{b_1(\sum_{i1} Y_{1i}) + b_2(\sum_{i2} Y_{2i})}{\sum Y_i^2}$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah uji instrumen dilakukan, maka selanjutnya peneliti membuat tabulasi terhadap hasil jawaban responden yaitu dengan cara menyusun kode jawaban dan mengkode data sesuai klasifikasi jawaban dalam bentuk tabel. Uji validitas ini dilakukan dengan cara menghitung  $r_{hitung}$  menggunakan rumus *pearson product moment* dan kemudian membandingkan dengan  $r_{tabel}$  apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka alat pengumpul data tersebut valid untuk digunakan dalam mengukur variabel tersebut, sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka alat pengumpulan data tersebut tidak valid dan tidak layak digunakan dalam mengukur variabel tersebut. Uji validitas ini dilakukan pada 30 responden dan uji validitas ini menggunakan taraf signifikan  $5\%$  adalah  $0,361$ . Tabulasi jawaban responden dilakukan dengan bantuan program microsoft excel dan menggunakan data analisis pada program SPSS (*Statistical Program For Social Science*) IBM Statistic 22, diperoleh koefisien validitas setiap butir angket seperti yang disajikan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 2. Uji validitas Instrumen Media Sosial Instagram (X)**

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keputusan
1	0,344	0,361	Tidak valid
2	0,379	0,361	Valid
3	0,524	0,361	Valid
4	0,454	0,361	Valid
5	0,574	0,361	Valid
6	0,212	0,361	Tidak valid
7	0,101	0,361	Tidak valid
8	0,422	0,361	Valid
9	0,461	0,361	Valid



10	0,085	0,361	Tidak valid
11	0,428	0,361	Valid
12	0,436	0,361	Valid
13	0,433	0,361	Valid
14	0,344	0,361	Tidak valid
15	0,414	0,361	Valid

Berdasarkan tabel diatas, butir yang memiliki nilai korelasi ( $r$ )  $>$  0,361 merupakan butir angket yang valid yaitu butir angket 1,2,4,5,8,9,12,13,14, 15. Dan item yang memiliki nilai korelasi ( $r$ )  $<$  0.361 merupakan butir angket yang tidak valid atau dinyatakan gugur.maka ada 10 butir angket yang valid yang digunakan pada penelitian ini.

**Tabel 3. Uji Validitas Instrumen Perilaku Konsumtif (Y)**

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keputusan
1	0,362	0,361	Valid
2	0,551	0,361	Valid
3	0,354	0,361	Tidak valid
4	0,473	0,361	Valid
5	0,539	0,361	Valid
6	0,202	0,361	Tidak valid
7	0,257	0,361	Tidak valid
8	0,436	0,361	Valid
9	0,528	0,361	Valid
10	0,114	0,361	Tidak valid
11	0,089	0,361	Tidak valid
12	0,529	0,361	Valid
13	0,478	0,361	Valid
14	0,384	0,361	Valid
15	0,481	0,361	Valid

Berdasarkan tabel diatas, butir yang memiliki nilai korelasi ( $r$ )  $>$  0,361 merupakan butir angket yang valid yaitu butir angket 2,3,4,5,8,9,11,12,13,15. Dan item yang memiliki nilai korelasi ( $r$ )  $<$  0.361 merupakan butir angket yang tidak valid atau dinyatakan gugur.maka ada 10 butir angket yang valid yang digunakan pada penelitian ini.

### Uji Reliabilitas

Untuk kriteria reliabilitas angket jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan taraf signifikan ( $\alpha = 0,05$ ) maka angket itu dikatakan reliabel. Namun dan jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  maka angket dianggap tidak memiliki reliabilitas. Dan apabila nilai Cronbach Alpha  $>$  0,60 dikatakan reliabel, namun jika nilai Cronbach Alpha  $<$  0,60 dikatakan tidak reliable. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS Versi 22 dengan rumus *cronbach Alpha*. Hasil instrumen angket yang diperoleh adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. Reliabilitas Media Sosial Instagram (X)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.603	10

Dari hasil output SPSS versi 22 pada tabel 4 menunjukkan tabel reliability statistik yang terlihat pada cronbach's Alpha 0,603  $>$  0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa angket pada pernyataan media sosial instagram di atas adalah reliabel.



**Tabel 5. Reliabilitas Perilaku Konsumtif (Y)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.672	10

Dari hasil output spss versi 22 pada tabel 5 menunjukkan tabel reliability statistik yang terlihat pada cronbach's Alpha 0,672 > 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa angket pada pernyataan Perilaku Konsumtif di atas adalah reliabel. Berdasarkan pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan angket reliabel karena koefisien Cronbach Alpha > 0,60.

### Uji Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian yang akan dianalisis terdistribusi normal atau tidak. Jika data tersebut berdistribusi normal maka  $Sig > \alpha = 0,05$  dan jika data tersebut tidak berdistribusi normal maka  $Sig < \alpha = 0,05$ . Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 22 dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. hasil uji normalitas dapat dilihat dari tabel di bawah ini :

**Tabel 6. Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.58792022
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.061
	Negative	-.051
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Pengujian normalitas yang umum digunakan adalah teknik *Kolmogorof Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikan 0,05. Dasar pengambilan keputusan berdasarkan probabilitas yaitu :

1. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikan > dari 0,05 atau 5%
2. Data dinyatakan tidak berdistribusi normal jika signifikan < dari 0,05 atau 5%

Berdasarkan tabel 6 bahwa *Asytotic Signifikance* adalah 0,200. Nilai 0,200 > 0,05. Berdasarkan tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.



### Uji Multikolinearitas Instrument

**Tabel 7. Uji Multikolinearitas Instrumen**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Media Sosial Instagram	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Konsumtif

Asumsi dari *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dapat dinyatakan bahwa Jika VIF >90 dan nilai Tolerance < 0.90 maka terjadi multikolinearitas, dan jika VIF <90 dan nilai Tolerance > 0.90 maka tidak terjadi multikolinearitas. Berdasarkan tabel 7 bahwa 1.000 > 0,90 dan Variance Inflation Factor 1.000 < 90, maka dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi gejala multikolinearitas.

### Uji Heteroskedastisitas Instrumen

**Tabel 8. Uji Heteroskedastisitas Instrumen**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.943	1.926		2.566	.012
	Media Sosial Instagram	-.047	.061	-.078	-.770	.443

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Berdasarkan tabel 8 di atas diketahui bahwa nilai signifikan dari Media Sosial Instagram adalah (0,443). Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas karena nilai signifikannya lebih besar dari 0,05.

### Uji Regresi Linear Sederhana

**Tabel 9. Uji Regresi Linear Sederhana**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.147	2.957		7.151	.000
	Media Sosial Instagram	.285	.089	.306	3.185	.002

a. Dependent Variable: Konsumtif



Secara umum rumusan persamaan regresi linear sederhana adalah :

$$Y = a + bx.$$

$$Y = 21.147 + 0,285x$$

Berdasarkan hasil Output SPSS 20 yang berada pada tabel *Coefficients* diatas menunjukkan hasil sebagai berikut:

a = Angka konstan dari *unstandardized coefficients*. Pada hasil perhitungan diatas menunjukkan nilai konstanta sebesar 21.147 mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel media sosial instagram adalah sebesar 21.147.

b = Angka koefisien regresi pada hasil perhitungan diatas adalah 0.285. angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% penggunaan media sosial *Instagram* (x), maka perilaku konsumtif siswa (Y) akan meningkat 0.285.

### Uji T-Test

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah hipotesis yang digunakan diterima atau ditolak. Dengan tingkat kepercayaan=5% dan dengan syarat sebagai berikut :

1. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
2. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dengan nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

**Tabel 10. Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	21.147	2.957		7.151	.000
Media Sosial Instagram	.285	.089	.306	3.185	.002

a. Dependent Variable: Konsumtif

Berdasarkan tabel 10 nilai  $t_{hitung}$  dari media sosial instagram (3,185) lebih besar dibandingkan  $t_{tabel}$  (1,66055). Dengan demikian maka variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

### Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Dalam hal ini  $F_{hitung}$  dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  dengan syarat sebagai berikut :

1. Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima
2. Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dengan nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

**Tabel 11. Hasil Uji F ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	195.698	1	195.698	10.141	.002 <sup>b</sup>
	Residual	1891.142	98	19.297		



Total	2086.840	99		
-------	----------	----	--	--

a. Dependent Variable: Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Media Sosial Instagram

Berdasarkan tabel 11 diperoleh bahwa nilai  $F_{hitung}$  (10,141) lebih besar dibandingkan dengan nilai  $F_{tabel}$  (3,09). Hal ini mengindikasikan bahwa hasil penelitian menolak  $H_0$  dan Menerima  $H_1$ . Dengan demikian penggunaan media sosial instagram berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif siswa kelas XI di SMA Negeri 5 Pematang Siantar dengan tingkat pengaruh yang signifikan. Ini memberi arti hipotesis yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial instagram berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumen siswa di SMA Negeri 5 Pematang Siantar dapat diterima.

### Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen.

**Tabel 12. Uji Koefisien Determinasi Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.549 <sup>a</sup>	.302	.295	3.856

a. Predictors: (Constant), Media Sosial Instagram

Dari hasil output model *summary*, diketahui nilai dari koefisien determinasi (R square) adalah 0,302 (nilai 0,302 didapatkan dari pengkuadratan dari koefisien korelasi atau R yakni  $0,549 \times 0,549 = 0,302$ ). Besaran nilai koefisien determinasi (R Square) 0,302 sama dengan 30,2%. Nilai R square tersebut mengandung arti bahwa penggunaan media sosial (instagram) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa sebesar 30,2%. Sedangkan sisanya 69,8% ( $100\% - 30,2\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari model regresi ini.

Setelah menyebarkan kuisioner kepada 30 responden dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti, kemudian peneliti mengkaji dan menganalisis data yang diperoleh. Selanjutnya peneliti memperoleh hasil perhitungan yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial instagram berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif siswa didapatkan dengan hasil pengolahan data uji hipotesis, yakni uji t (t test) dengan melihat nilai  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$ . Dalam penelitian ini didapatkan nilai  $t_{hitung}$  3.185 > 1.66055. Sehingga dari kedua hipotesis yang telah dibahas pada bab sebelumnya, yakni:  $H_0$  = tidak ada pengaruh media sosial (instagram) terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 5 Pematang Siantar.

$H_a$  = ada pengaruh penggunaan media sosial (instagram) terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 5 Pematang Siantar.

Berdasarkan dari hasil perhitungan uji t diatas, maka didapatkan bahwa  $H_a$  diterima, yakni ada pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri Pematang Siantar. Besaran pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap perilaku konsumtif siswa dapat dihitung menggunakan uji determinasi ( $R^2$ ). Berdasarkan hasil uji determinasi dalam SPSS versi 22 didapatkan nilai R square ( $R^2$ ) pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 5 Pematang Siantar adalah 0,302 artinya penggunaan media sosial instagram berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 5



Pematang Siantar sebanyak 30,2%. Maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan media sosial instagram terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 5 Pematang Siantar.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan *SPSS versi 22* diperoleh data, bahwa penggunaan media sosial instagram berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 5 Pematang Siantar dengan nilai  $t_{tabel} df = n-2$ . Dalam hal ini diketahui  $n = 100$  responden, dan  $\alpha = 5\%$ , dengan melihat daftar  $t_{tabel}$ , maka diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar  $= 100-2 = 98$  yang artinya nilai  $t_{tabel}$  yang didapatkan adalah 1,66055. Berdasarkan hasil dari pengolahan uji hipotesis didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3,185 > t_{tabel} 1,66055$ , artinya terdapat pengaruh media sosial instagram terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 5 Pematang Siantar. Sedangkan dalam uji determinasi didapatkan nilai  $R^2$  0.302 yang artinya penggunaan media sosial instagram berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 5 Pematang Siantar. Bagi pengguna media sosial instagram, diharapkan menggunakan media sosial terutama instagram dengan bijak. Melihat aksi instagram online shop atau para selegram boleh saja untuk menambah informasi mengenai tren fashion terbaru, namun tetap berperilaku bijak dengan menghindari perilaku konsumtif. Media sosial instagram memiliki banyak pengaruh positif dan juga negatif, maka dari itu semua tergantung karakter para penggunanya untuk memanfaatkan instagram menjadi media yang positif.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa hormat dan terimakasih atas kerjasama kepada SMA Negeri 5 Pematang Siantar yang telah memberikan dukungan moral dan spiritual sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan baik.

## REFERENSI

- Arikunto, Suharsim. (2013). *Manajemen Penelitian* Jakarta: Rineka Cipta.
- Cahyono. (talungtung ). pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di indonesia . *universitas talungtung* , 2019.
- Hidayatun. (universitas negeri yogyakarta ). pengaruh intensitas penggunaan media sosial dan dukungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI SMA
- Firmansyah, M. Anang. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Kartini, S. m. (jember ). persepsi mahasiswa fakultas ekonomi universitas jember terhadap manfaat instagram sebagai media online shopping fashion . *skripsi univers jember* , 2015.
- Prakoso, Surya Adi. “Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kelompok Teman Sebaya, dan Status Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Skripsi pada Universitas Negeri Semarang, 2017.
- Rahmayanti, Desty. “Online Shop dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta”, Skripsi pada UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017.
- Susilowati, Wahyu. “Pengaruh Perkembangan Teknologi Pengaruh Perkembangan Teknologi terhadap Perilaku Konsumtif dalam Berbusana di Kalangan Santriwati (Studi Kasus di Pondok Pesantren Madrosatul Qur’anil Aziziyah Ngaliyan Semarang)”. Skripsi pada UIN Walisongo Semarang. Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2019
- Cinomi. (universitas tulungtung ). pengaruh online shopping fashion terhadap perubahan sosial masyarakat indonesia . *jurnal* , tulungtung 2017.
- Dikria, Okky, dan Sri Umi Mintarti. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas



- Negeri Malang Angkatan 2013.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi* 9, No. 2 (1 Oktober 2016): 128–39.
- Gananadhas, e. (2019). pengaruh pengalaman membeli produk fashion terhadap niat membeli kembali melalui kepuasan dan kepercayaan pelanggan . *jurnal ekonomi dan bisnis islam bali* . Muhammadiyah 3 yogyakarta tahun pelajaran 2014/2015 . *jurnal* , 2019.
- Fatmasari, Dewi, dan Sri Wulandari. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Penggunaan APMK.” *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah* 4, no. 1 (10 Agustus 2016).
- Jati, Warsisto Raharjo. “*Less Cash Society: Mengakar Mode Konsumerisme Baru Kelas Menengah Indonesia*”, *Jurnal Sosioteknologi*, Vol. 14, No. 2, 2015.
- Ramadani, Laila. “Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E- Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa.” *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Studi Pembangunan* 8, no. 1 (1 Maret 2016).
- Rithmaya, Chitra Laksmi. “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA dalam Menggunakan Internet Banking.” *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen* 16.
- Suandana. (ekonomi dan bisnis islam bali ). pengaruh pengalaman membeli produk fashion terhadap niat membeli kembali melaalui kepuasan dan kepercayaan pelanggan . *jurnal* , denpasar 2017.
- Suminar, Eva, dan Tatik Meiyuntari. “Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja.” *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia* 4, No. 02 (22 Februari 2016).
- Widiana, Muslichah Erma dk. (universitas bayangkara). penggunaan teknologi internet dalam sistem penjualan online untuk meningkatkan kepuasan dan pembelian berulang kali produk fashion jawa timur . *jurnal* , bayangkara .
- Wibowo. (stie ykpn yogyakarta ). pengaruh instagram online store komformitas dan iklan televisi terhadap perilaku konsumtif serta dampaknya terhadap gaya hidup hedonis mahasiswa . *jurnal* , yogyakarta 2018 .