

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, PENGALAMAN BERBELANJA ONLINE, DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS LAMPUNG**

**OLEH**

**FATWA DEWI BANOWATY**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial instagram, pengalaman berbelanja online dan interaksi lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa pendidikan ekonomi. Penelitian ini menggunakan metode *deskriptif verifikatif* dengan pendekatan *ex post facto* dan *survey*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif pendidikan ekonomi angkatan 2018-2020 FKIP Universitas Lampung yaitu sebanyak 200 orang mahasiswa. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 133 orang mahasiswa, yang diperoleh dengan teknik pengambilan sampel yaitu *simple random sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t dan F serta dioleh dengan program SPSS. Hasil analisis menunjukkan bahwa ada pengaruh penggunaan media sosial instagram, pengalaman berbelanja online dan interaksi lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa pendidikan ekonomi dengan 0,880 atau 88,0% perilaku konsumtif dipengaruhi oleh penggunaan media sosial instagram, pengalaman berbelanja online dan interaksin lingkungan sosial, serta sisanya sebesar 12,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: Media sosial instagram, Pengalaman Berbelanja Online, Lingkungan Sosial, Perilaku Konsumtif.

## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA ONLINE SHOPPING EXPERIENCES, AND SOCIAL ENVIRONMENT ON CONSUMPTION BEHAVIOR IN ECONOMIC EDUCATION STUDENTS AT UNIVERSITY OF LAMPUNG**

**By**

**FATWA DEWI BANOWATY**

This study aims to determine the effect of using Instagram social media, online shopping experience and social environment interactions on consumptive behavior in economic education students. The method in this study uses descriptive verification with ex post facto and survey approaches. The population in this study were active students of economic education class 2018-2020 FKIP Lampung University, as many as 200 students. The number of samples in this study were 133 students, which were obtained using a simple random sampling technique. Collecting data using a questionnaire. Hypothesis testing was carried out by t and F tests and obtained by the SPSS program. The results of the analysis show that there is an effect of using Instagram social media, online shopping experience and social environment interaction on consumptive behavior in economic education students with 0.880 or 88.0% consumptive behavior influenced by the use of Instagram social media, online shopping experience and social environment interaction, and the remaining 12.0% is influenced by other variables not examined.

**Keywords:** Instagram social media, Online Shopping Experience, Social Environment, Consumptive Behavior.