

ABSTRAK

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL, TEMAN SEBAYA, DAN LITERASI EKONOMI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SISWA KELAS X SMA NEGERI 1 GEDONG TATAAN

Oleh

RIA WIDYA SANDI

Kemajuan teknologi dan media sosial saat ini telah membawa dampak besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pola konsumsi generasi muda. Media sosial sering kali menjadi sarana utama dalam menyampaikan informasi yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif siswa, baik secara positif maupun negatif. Penelitian ini bertujuan menganalisis 1) Pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif siswa kelas X SMA Negeri 1 Gedong Tataan, 2) Pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif siswa kelas X SMA Negeri 1 Gedong Tataan, 3) Pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa kelas X SMA Negeri 1 Gedong Tataan, serta 4) Pengaruh secara simultan antara penggunaan media sosial, teman sebaya, dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa kelas X SMA Negeri 1 Gedong Tataan. Metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif verifikatif dengan pendekatan *ex post facto* dan *survei*. Populasi dalam penelitian terdiri dari 352 siswa, dengan sampel sebanyak 187 siswa yang diambil menggunakan teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t dan uji F dengan bantuan program SPSS. Hasil analisis menunjukkan bahwa (1) Ada pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif siswa kelas X SMA Negeri 1 Gedong Tataan Tahun Pelajaran 2023/2024, (2) Ada pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif siswa kelas X SMA Negeri 1 Gedong Tataan Tahun Pelajaran 2023/2024, (3) Ada pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa kelas X SMA Negeri 1 Gedong Tataan Tahun Pelajaran 2023/2024, (4) Ada pengaruh media sosial, teman sebaya, dan literasi ekonomi secara simultan terhadap perilaku konsumtif siswa kelas X SMA Negeri 1 Gedong Tataan Tahun Pelajaran 2023/2024.

Kata Kunci: Media sosial, teman sebaya, literasi ekonomi, perilaku konsumtif

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA USE, PEER FRIENDS, AND ECONOMIC LITERACY ON CONSUMPTIVE BEHAVIOR CLASS X STUDENTS OF SMA NEGERI 1 GEDONG TATAAN

By

RIA WIDYA SANDI

Advances in technology and social media significantly impact various life aspects, including the consumption patterns of youth. Social media serves as a key platform influencing students' consumer behavior positively and negatively. This study examines 1) The influence of social media use on the consumptive behavior of Grade X students at SMA Negeri 1 Gedong Tataan, 2) The influence of peers on the consumptive behavior of Grade X students at SMA Negeri 1 Gedong Tataan, 3) The influence of economic literacy on the consumptive behavior of Grade X students at SMA Negeri 1 Gedong Tataan, and 4) The simultaneous influence of social media use, peers, and economic literacy on the consumptive behavior of Grade X students at SMA Negeri 1 Gedong Tataan. The method used is descriptive-verification research with an ex post facto and survey approach. The population of the study consists of 352 students, with a sample of 187 students selected using probability sampling techniques through the simple random sampling method. Data were collected through questionnaires, and hypothesis testing was conducted using t-tests and F-tests with the help of the SPSS program. The analysis results show that (1) There is an influence of social media use on the consumptive behavior of Grade X students at SMA Negeri 1 Gedong Tataan for the 2023/2024 academic year, (2) There is an influence of peers on the consumptive behavior of Grade X students at SMA Negeri 1 Gedong Tataan for the 2023/2024 academic year, (3) There is an influence of economic literacy on the consumptive behavior of Grade X students at SMA Negeri 1 Gedong Tataan for the 2023/2024 academic year, (4) There is a simultaneous influence of social media, peers, and economic literacy on the consumptive behavior of Grade X students at SMA Negeri 1 Gedong Tataan for the 2023/2024 academic year.

Keywords: *Social media, peers, economic literacy, consumptive behavior*