

Pengaruh Media Sosial Dan Status Sosial Ekonomi OrangTua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Hamzanwadi

Susilawati¹, Rohaeniyah Zain², Muhammad Zainul Majdi³, Julian Hesti Rahayu⁴

¹²³⁴⁵Prodi Pendidikan Ekonomi FISE Universitas Hamzanwadi
email: mb.susilawati@gmail.com

Received 23 Mei 2022; Accepted: 30 Juni 2022; Published: 30 Juni, 2022

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan media sosial dan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi pendidikan Ekonomi Universitas Hamzanwadi secara parsial. Penelitian ini merupakan penelitian menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini mahasiswa program studi pendidikan Ekonomi Universitas Hamzanwadi yang berjumlah 385 mahasiswa dengan sampel penelitian 79 mahasiswa yang diambil secara *simple random sampling*. Metode analisis data dengan metode Skema Model Partial Least Square (PLS), Evaluasi Outer Model, dan *Evaluation Of Structural Model*, serta. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa: (1) Media sosial tidak memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Hamzanwadi sebesar 0.018, karena nilai T statistik sebesar 1.277 yang berarti lebih kecil dari 1.96, sehingga hipotesis Ha1 dapat dinyatakan tidak diterima.(2) Status sosial memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Hamzanwadi sebesar 0.540, karena nilai T statistik sebesar 6.655 yang berarti lebih besar dari 1.96, sehingga Ha2 dapat dinyatakan diterima.

Kata kunci :Media Sosial, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, dan Perilaku Konsumtif

Abstract

This study aims to determine the positive and significant influence of social media and the socioeconomic status of parents on the consumptive behavior of students in the Economics education program at Hamzanwadi University partially. This research is a research using descriptive analysis method with a quantitative approach. Data collection techniques in this study using questionnaires and documentation. The population in this study were students of the Hamzanwadi University Economics education study program, totaling 385 students with a research sample of 79 students who were taken by simple random sampling. The method of data analysis using the Partial Least Square (PLS) Model Scheme, Outer Model Evaluation, and Evaluation Of Structural Model, as well as. The results of the study show that: (1) Social media does not have a positive influence on consumptive behavior on the consumptive behavior of

students of the Economic Education Study Program at Hamzanwadi University of 0.018, because the T statistic value is 1.277 which means it is smaller than 1.96, so the hypothesis Ha1 can be stated not accepted. (2) Social status has a positive influence on consumptive behavior on the consumptive behavior of students of the Hamzanwadi University Economics Education Study Program of 0.540, because the T statistic value is 6.655 which means it is greater than 1.96, so Ha2 can be declared accepted.

Keywords: Social Media, Parents' Socio-Economic Status, and Consumptive Behavior

PENDAHULUAN

Perkembangan media teknologi yang sudah semakin cepat di era global telah memberikan dampak langsung kepada masyarakat terutama bagi generasi muda seperti mahasiswa. Dimana sistem informasi banyak menyediakan berbagai macam kebutuhan seperti kebutuhan sandang, pangan dan papan. Semua kemudahan yang didapat membawa pengaruh pada perubahan sikap dan perilaku mahasiswa. Media sosial merupakan alat komunikasi yang populer saat ini. Fungsi media sosial untuk berinteraksi semakin besar, terutama karena kemudahan fasilitasnya dalam menyebarkan informasi (Rohmiyati 2018).

Media sosial adalah situs internet yang paling populer di kalangan pengguna internet di Indonesia (Nurrahmi and Syam 2020). Dilihat dari Pemanfaatan media sosial saat ini tidak hanya untuk keperluan pribadi saja, namun dipergunakan untuk kebutuhan kampus seperti kuliah *daring*, mencari referensi dll. Terlebih lagi karena banyaknya tuntutan kebutuhan akan pertukaran informasi yang cepat dan tepat menuntut mahasiswa untuk menggunakan *smartphone*. Seperti situasi saat ini terkait Pandemi Corona (Covid-19) dimana pembatasan sosial berskala besar (PSBB) menyebabkan semua rutinitas menjadi terbatas, terlebih lagi untuk yang sedang kuliah harus menjalani perkuliahan menggunakan *system daring* (melalui *online*), Tentunya mahasiswa harus memiliki kuota untuk bisa mengakses dan menjalani kuliah *daring* tersebut. Hal ini sangat berdampak bagi pengeluaran orangtua kepada anaknya, yang dimana harus ada tambahan uang jajan dan kuota. Hal ini yang dinamakan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif terbentuk dikarenakan konsumtif itu sendiri sudah menjadi bagian dari proses gaya hidup. Sedangkan perilaku konsumtif itu muncul terutama setelah adanya masa

industrialisasi dimana barang-barang di produksi secara massal sehingga membutuhkan konsumen yang lebih luas. Media, baik elektronik maupun massa dalam hal ini menempati posisi strategis dalam membentu perilaku konsumtif, yaitu sebagai medium yang menarik minat. konsumen dalam membeli barang (Lestarina et al. 2017). Faktor lain yang di duga mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa yakni variabel status sosial seseorang menjadi peranan seseorang atau sebagai identitas diri pribadi, bagaimana seseorang akan mempertahankan dan menjaga statusnya dengan perilaku dan tindakan sosialnya. Begitu juga dengan status yang dimiliki oleh orang tuanya, karena status orang tua akan mempengaruhi sosialisasi anak-anak mereka.

Pernyataan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sipunga & Muhammad (2014, p. 67) yang menyatakan bahwa status sosial ekonomi (pendapatan) orang tua berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja (Zahrawati and Faraz 2018). Sekarang ini tidak sedikit ditemui remaja yang bergaya hidup memburu kepuasan dan kesenangan pribadi tanpa memperhatikan kondisi ekonomi orang tuanya yang mencari uang untuk biaya hidup. Dalam benak mereka hanya tertanam kesenangan dan kepuasan, serta gaya hidup glamour. Sementara kondisi ekonomi orang tua tidak memungkinkan untuk memberikan fasilitas pemenuhan kebutuhan yang berlebihan. Bahkan ada yang memaksakan kehendak dengan menggunakan uang kuliah untuk membeli sesuatu karena gengsi dan untuk mengejar kepuasan, padahal sebenarnya barang tersebut belum dibutuhkan (Nur Solihat and Arnasik 2018).

Kondisi Status sosial ekonomi (pendapatan) orang tua rata-rata mahasiswa menurut penglihatan peneliti terbilang cukup memadai sehingga memiliki pengaruh besar bagi intensitas membeli produk baru, pembentukan pola konsumsi mahasiswa, gaya hidup, dan bahkan mempengaruhi cara berfikir mahasiswa itu sendiri, khususnya mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi. Mahasiswa dengan status sosial ekonomi (pendapatan) orang tua atau kelas sosial orang tua yang tinggi dengan mudah mendapatkan akses berbelanja, karena semakin tinggi pendapatan orang tua maka semakin besar kesempatan untuk membelanjakan uang pemberian dari orang tua, begitu pula sebaliknya. Semakin rendah

pendapatan orang tua maka semakin kecil kesempatan untuk membelanjakan uang hasil pemberian orang tua. Hal inilah yang mendorong mahasiswa untuk berperilaku konsumtif.

METODE

Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif (Primakuria 2016). Metodologi Penelitian Kuantitatif merupakan jenis penelitian menurut paradigmanya. Pendekatan kuantitatif berdasarkan atas paradigma yang berpandangan bahwa peneliti dapat dengan sengaja mengadakan perubahan terhadap dunia sekitar dengan melakukan berbagai eksperimen (Abdullah 2015). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif yaitu suatu cara atau pendekatan dimana gejala yang diteliti tersebut dianalisis dengan bantuan statistik atau angka-angka atau bantuan komputer dengan program Smart PLS 3.0.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Hamzanwadi yang berjumlah 385 orang. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono 2016). Jadi Sampel merupakan bagian yang berguna bagi tujuan penelitian populasi dan aspek-aspeknya. Sampel merupakan bagian populasi yang diambil untuk diteliti. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan cara teknik *Simple Random Sampling*. *Simple Random Sampling* adalah teknik pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Melihat luasnya populasi tersebut, maka peneliti membatasi dalam pengambilan sampel. Pada *Simple Random Sampling*, setiap elemen populasi memiliki kesempatan yang sama untuk diambil (Arieska and

Herdiani 2018). Jumlah sampel yang akan di gunakan di ambil dari rumus Slovin sebagaiberikut:

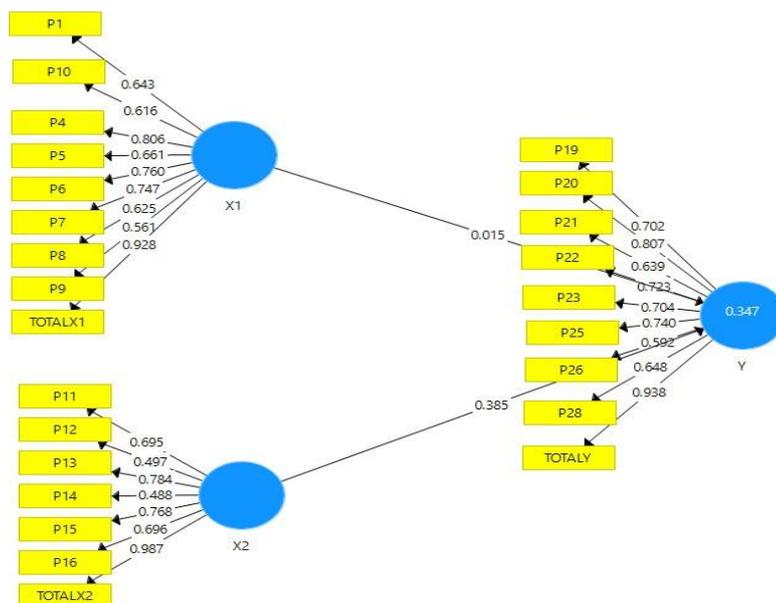
$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

- n* : Jumlah Sampel
- N* : Jumlah Populasi
- e* : Tingkat kesalahan sebesar 0,01%

Dari rumus tersebut, maka dapat diketahui jumlah sampel minimal yang dapatdigunakan, yaitu; $n = 79$ Responden. Penelitian ini menggunakan kuesioner bentuk skala denganmenggunakan model skala Likert. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang disusun sendiri oleh peneliti dengan mengacu pada landasan teori yang ada dalam variabel penelitian (Sugiyono, 2016).

Pada penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan teknik analisis Partial Least Square (PLS) dengan program smartPLS 3.0. Berikut ini adalah sekema model program PLS yang diujikan:



Gambar 1 Perancangan Model Penelitian

Untuk menguji *convergent validity* digunakan nilai *outer loading* atau *loading factor*. Suatu indikator dinyatakan memenuhi *convergent validity* dalam kategori baik apabila nilai *outer loading* $> 0,7$. *Composite Reliability* merupakan bagian yang digunakan untuk menguji nilai reliabilitas indikator-indikator pada suatu variabel. Suatu variabel dapat dinyatakan memenuhi *composite reliability* apabila memiliki nilai *composite reliability* $> 0,6$. Uji realibilitas dengan *composite reability* di atas dapat diperkuat dengan menggunakan nilai *cronbach alpha*. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel atau memenuhi *cronbach alpha* apabila memiliki nilai *cronbach alpha* $> 0,7$

Pada penelitian ini akan dijelaskan mengenai hasil *uji path coefficient*, *uji goodness of fit* dan uji hipotesis.

a. Uji *Path Coefficient*

Evaluasi *path coefficient* digunakan untuk menunjukkan seberapa kuat efek atau pengaruh variabel independen kepada variabel dependen. Sedangkan *coefficient determination (R-Square)* digunakan untuk mengukur seberapa banyak variabel *endogen* dipengaruhi oleh variabel lainnya.

b. Uji Kebaikan Model (*Goodness of Fit*)

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan dengan menggunakan program smartPLS 3.0, diperoleh nilai R-Square

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil

Evaluasi Outer Model

1) *Convergen Validity*

Untuk menguji *convergent validity* digunakan nilai *outer loading* atau *loading factor*. Suatu indikator dinyatakan memenuhi *convergent validity* dalam kategori baik apabila nilai *outer loading* $> 0,7$. Berikut adalah nilai *outer loading* dari masing-masing indikator pada variabel penelitian:

Tabel 1 Outer Loading

Variabel	indikator	Outer Loading
Media Sosial (X1)	P1	0,643
	P4	0,806
	P5	0,806
	P6	0,661
	P7	0,747
	P8	0,625
	P9	0,561
Status Sosial	P10	0,616
	P11	0,695
	P12	0,497
	P13	0,784
	P14	0,488
Ekonomi Orang Tua (X2)	P15	0,768
	P16	0,696
	P19	0,702
Perilaku Konsumtif (Y)	P20	0,807
	P21	0,639
	P22	0,723
	P23	0,704
	P25	0,740
	P26	0,592
	P28	0,648

Sumber: Data di olah

Berdasarkan sajian data dalam tabel 1 di atas, diketahui bahwa masing-masing indikator variabel penelitian ada yang memiliki *nilai outer loading* > 0,7. Namun, terlihat masih terdapat beberapa indikator yang memiliki nilai *outer loading* < 0,7. Menurut Chin seperti yang dikutip oleh Imam Ghozali, nilai *outer loading* antara 0,5 – 0,6 sudah dianggap cukup untuk memenuhi syarat *convergent validity*. Data di atas menunjukkan ada indikator variabel yang nilai *outer loading*-nya di bawah 0,5, sehingga beberapa indikator

dinyatakan tidak layak atau tidak valid untuk digunakan penelitian dan tidak dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

2) *Discriminant Validity*

Pada bagian ini akan diuraikan hasil uji *discriminant validity*. Uji *discriminant validity* menggunakan nilai cross loading. Suatu indikator dinyatakan memenuhi *discriminant validity* apabila nilai cross loading indikator pada variabelnya adalah yang terbesar dibandingkan pada variabel lainnya.² Berikut ini adalah nilai crossloading masing-masing indikator:

Tabel 2
Cross Loading

Indikator	Media Sosial (X1)	Status Sosial	
		Ekonomi Orang Tua (X2)	Perilaku Konsumtif (Y)
P1	0,643	0,0237	0,205
P4	0,806	0,315	0,210
P5	0,806	0,242	0,173
P6	0,661	0,316	0,171
P7	0,747	0,301	0,304
P8	0,625	0,098	0,218
P9	0,561	0,173	0,052
P10	0,616	0,209	0,220
P11	0,291	0,695	0,312
P12	0,225	0,497	0,372
P13	0,260	0,784	0,464
P14	0,383	0,488	0,163
P15	0,198	0,768	0,429
P16	0,227	0,696	0,466
P19	0,277	0,537	0,702
P20	0,248	0,409	0,807
P21	0,161	0,268	0,639
P22	0,233	0,452	0,723
P23	0,071	0,382	0,704
P25	0,106	0,337	0,740
P26	0,046	0,341	0,592
P28	0,290	0,285	0,648

Sumber: Data SmartPLS3

Berdasarkan sajian data pada tabel 2 di atas dapat diketahui bahwa masing- masing indikator pada variabel penelitian memiliki nilai cross loading terbesar pada variabel yang dibentuknya dibandingkan dengan nilai cross loading pada variabel lainnya. Berdasarkan hasil yang diperoleh tersebut, dapat dinyatakan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memiliki *discriminant validity* yang baik dalam menyusun variabelnya masing-masing. Selain mengamati nilai *cross loading*, *discriminant validity* juga dapat diketahui melalui metode lainnyayaitu dengan melihat *nilai average variant extracted* (AVE) untuk masing-masing indikator dipersyaratkan nilainya harus $> 0,5$ untuk model yang baik.

Tabel 3
Average Variant Extracted (AVE)

Variabel	AVE
Media Sosial (X1)	0,509
Status SosialEkonomi Orang Tua (X2)	0,519
Perilaku Konsumtif (Y)	0,530

Sumber data SmartPLS3

Berdasarkan sajian data dalam tabel 3 di atas, diketahui bahwa nilai AVE variabel media sosial, status sosial ekonomi orang tua dan perilaku konsumtif $> 0,5$. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa setiap variabel telah memiliki *discriminant validity* yang baik.

3) *Composite Reliability*

Composite Reliability merupakan bagian yang digunakan untuk menguji nilai reliabilitas indikator-indikator pada suatu variabel. Suatu variabel dapat dinyatakan memenuhi *composite reliability* apabila memiliki nilai *composite reliability* $> 0,6$. Berikut ini adalah nilai *composite reliability* dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 4
Composite Reliability

Variabe I	Composite Reliability
Media Sosial (X1)	0,901
Status Sosial Ekonomi Orang Tua (X2)	0,878
Perilaku Konsumtif (Y)	0,909

Data: Smartpls3 2020

Berdasarkan sajian data pada tabel 4 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *composite reliability* semua variabel penelitian $> 0,6$. Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi *composite realibility* sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat realibilitas yang tinggi.

5). Cronbach Alpha

Uji realibilitas dengan *composite reability* di atas dapat diperkuat dengan menggunakan nilai cronbach alpha. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel atau memenuhi *cronbach alpha* apabila memiliki nilai cronbach alpha $> 0,7$. Berikut ini adalah nilai *cronbach alpha* dari masing-masing variabel:

Tabel 5 Cronbach Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha
Media Sosial (X1)	0,878
Status SosialEkonomi Orang Tua (X2)	0,833
Perilaku Konsumtif (Y)	0,886

Data: Smartpls3 2020

Berdasarkan sajian data di atas pada tabel 5 dapat diketahui bahwa nilai *cronbach alpha* dari masing-masing variabel penelitian $> 0,7$. Dengan demikian hasil ini dapat menunjukkan bahwa masing-masing variabel penelitian telah memenuhi persyaratan nilai *cronbach alpha*, sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

Evaluation Of Structural Model

Pada penelitian ini akan dijelaskan mengenai hasil *uji path coefficient*, uji *goodness of fit* dan uji hipotesis.

a. Uji Path Coefficient

Evaluasi *path coefficient* digunakan untuk menunjukkan seberapa kuat efek atau pengaruh variabel independen kepada variabel dependen. Sedangkan *coefficient determination (R-Square)* digunakan untuk mengukur seberapa banyak variabel *endogen* dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Tabel 6 Uji Path Coefficient

Variabel	Perilaku Konsumtif (Y)
Media Sosial (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)	0,108
Status Sosial Ekonomi Orang Tua (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)	0,540

Data: Smartpls3 2020

Berdasarkan uraian hasil tersebut, menunjukkan bahwa keseluruhan variabel dalam model ini memiliki *path coefficient* dengan angka yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa jika semakin besar nilai *path coefficient* pada satu variabel independen terhadap variabel dependen, maka semakin kuat pula pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen tersebut.

b. Uji Kebaikan Model (*Goodness of Fit*)

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan dengan menggunakan program smartPLS 3.0, diperoleh nilai R-Square sebagai berikut:

Tabel 7 Nilai R-Square

Variabel	Nilai R-Square
Perilaku Konsumtif (Y)	0,347

Data: Smartpls3 2020

Berdasarkan sajian data pada tabel 7 di atas, dapat diketahui bahwa nilai R- Square untuk variabel kompetensi *account officer* adalah 0,347. Perolehan nilai tersebut menjelaskan bahwa presentase besarnya kompetensi *account officer* dapat dijelaskan oleh *audit* internal sebesar 34,7%.

c. Uji Hipotesis

Tabel 8 Antar Konstruk

tesis	Pengaruh	riginal Sampel (O)	pel Mean (M)	dard deviation (STDEV)	Stati stics	alues	I
	> Y	0,018	,133	0,094	277	,202	
	Y	0,540	,550	0,084	655	,000	

Data: Smartpls3 2020

Berdasarkan table 8 diatas dapat dijelaskan sebagai berikut : Media sosial tidak memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif sebesar 0.018, karena nilai T statistik sebesar 1.277 yang berarti lebih kecil dari 1.96, sehingga hipotesis Ha1 dapat dinyatakan tidak diterima. Status sosial memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif sebesar 0.540, karena nilai T statistik sebesar 6.655 yang berarti lebih besar dari 1.96, sehingga Ha2 dapat dinyatakan diterima

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Media Sosial Terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Media Sosial mempunyai pengaruh tidak positif terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa, sehingga hipotesis pertama berbunyi “ Diduga tidak terdapat pengaruh Poaitif dan signifikan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa prodi ekonomi Universitas Hamzanwadi” dinyatakan tidak di terima. Hal tersebut membuktikan bahwa media sosial bukan solusi yang baik untuk mahasiswa prodi ekonomi.

2. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa status social mempunyai pengaruh yang positif terhadap perilaku konsumtif, sehingga hipotesis kedua berbunyi “Diduga terdapat status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif dari mahasiswa program studi pendidikan ekonomi Universitas Hamzanwadi” dinyatakan diterima.

Hasil penelitian ini didukung oleh pendapat Bintana dan Riza (2014) menjelaskan bahwa seorang anak yang terlahir dari orang tua yang memiliki status social ekonomi yang tinggi senantiasa bersikap konsumtif dan cenderung mencari kelompok yang sama”Status social ekonomi adalah perpaduan antara status social dengan keadaan ekonomi yang ada di masyarakat. Di masyarakat adanya pengelompokan anggota masyarakat ke dalam kelompok–kelompok (kelas sosial) merupakan hal yang biasa. Hasil penelitian ini juga diperkuat oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Luthfiyatul Aulia (2017), Sri Astuti Setianingsih (2018), dan Dewi Lestari dkk (2020).ketiga peneliti ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan status sosial ekonomi orang tua secara parsial terhadap variabel perilaku konsumtif. Penelitian ini juga di perkuat dengan teori menurut Soekanto (2012) Status sosial ekonomi adalah gambaran tentang posisiseseorang atau kedudukan suatu masyarakat yang ditinjau dari segi sosial ekonomi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : a). Terdapat pengaruh tidak positif dan signifikan media sosial secara parsial terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Hamzanwadi 2020. b). Terdapat pengaruh positif dan signifikan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Hamzanwadi 2020.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, Prof. Ma'ruf. 2015. Aswaja Pressindo *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Arieska, Permadina Kanah, and Novera Herdiani. 2018. "Pemilihan Teknik Sampling Berdasarkan Perhitungan Efisiensi Relatif." *Jurnal Statistika* 6(2).
- Lestarina, Eni et al. 2017. "Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja." *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* 2(2).
- Nur Solihat, Ai, and Syamsudin Arnasik. 2018. "Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi." *OIKOS Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*.
- Nurrahmi, Febri, and Hamdani M. Syam. 2020. "Perilaku Informasi Mahasiswa Dan Hoaks Di Media Sosial." *Communicatus: Jurnal Ilmu komunikasi* 4(2).
- Primakuria, Septi. 2016. "PEMANFAATAN INTERNET SECARA EFEKTIF DAN EFISIEN MAHASISWA BIMBINGAN KONSELING UNIVERSITAS RIAU KEPULAUAN." *JURNAL DIMENSI* 5(2).
- Rohmiyati, Yuli. 2018. "Analisis Penyebaran Informasi Pada Sosial Media." *Anuva* 2(1).
- Sugiyono. 2016. "Definisi Populasi." *bistream* 135.
- Zahrawati, Fawziah, and Nahiyah Jaidi Faraz. 2018. "Pengaruh Kultur Sekolah, Konsep Diri, Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa." *Harmoni Sosial: Jurnal Pendidikan IPS* 4(2).