

Pengaruh Terpaan Social Media Influencer terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Generasi Z = The Effect of Exposure to Social Media Influencers on Consumptive Behavior of Generation Z Students

Sofiah Zulfa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920524325&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini berfokus pada pengaruh terpaan social media influencer terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Generasi Z. Selain itu, penelitian ini menggunakan jenis kelamin sebagai variabel kontrol untuk melihat bagaimana pengaruh terpaan social media influencer terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z. Peneliti memiliki hipotesis di mana semakin tinggi terpaan social media influencer, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif melalui variabel kontrol jenis kelamin. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner online menggunakan Google Form. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan social media influencer dengan perilaku konsumtif dengan kekuatan hubungan yang kuat dan memiliki arah yang positif serta signifikan di tingkat populasi. Hasil analisis bivariat yang menunjukkan hubungan kuat ini juga didukung oleh data kualitatif melalui wawancara mendalam. Adapun, hasil analisis multivariat menunjukkan adanya perbedaan pengaruh terpaan social media influencer terhadap perilaku konsumtif pada jenis kelamin yang berbeda di mana laki-laki cenderung lebih konsumtif dibandingkan perempuan.

.....This study focuses on the influence of exposure to social media influencers on consumptive behavior in students of Generation Z. In addition, this study uses gender as a control variable to see how the influence of exposure to social media influencers on the consumptive behavior of students of Generation Z based on different genders. Based on previous research, The researcher has a hypothesis in which the higher the exposure to social media influencers, the higher the consumptive behavior through the control variable of gender. This research uses a descriptive quantitative approach using data collection methods through distributing online questionnaires using Google Form The results showed that there is a significant influence between exposure to social media influencers and consumptive behavior with a strong relationship strength and has a positive direction and is significant at the population level. The results of bivariate analysis showing this strong relationship are also supported by qualitative data through in-depth interviews. Meanwhile, the results of multivariate analysis show that there are differences in the influence of exposure to social media influencers on consumptive behavior in different genders where men tend to be more consumptive than women.