

ABSTRAK

Junesya, Paula. 2024. *Pengaruh Lifestyle Dan Testimoni Selebgram Endorsement Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XII SMAN 11 Kota Jambi*: Skripsi, Prodi Pendidikan Ekonomi, FKIP Universitas Jambi, Pembimbing: (I) Prof. Dr. Drs. Ekawarna, M.Psi, (II) Nurmala Sari, S.Pd.,M.Pd.

Kata kunci: lifestyle, testimoni selebgram endorsement, perilaku konsumtif.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh cenderungnya siswa berperilaku konsumtif yang mana hal ini dipengaruhi oleh cenderungnya siswa mengikuti lifestyle berdasarkan testimoni selebgram endorsement. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *lifestyle* dan testimoni selebgram *endorsement* secara parsial dan secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XII SMAN 11 Kota Jambi. Penelitian ini dilakukan di SMAN 11 Kota Jambi.

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian *ex post facto*. Sampel dalam penelitian ini adalah siswa kelas XII SMAN 11 Kota Jambi yang berjumlah 165 sebagai responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. Teknik mengumpulkan data menggunakan angket, dan dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji parsial (uji *t*), uji simultan (uji *F*), koefisien determinasi secara simultan (R^2).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Terdapat pengaruh *lifestyle* terhadap perilaku konsumtif pada siswa yang mana hal ini terlihat dari hasil peneltian menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} (6,330) > t_{tabel} (1,654)$ yang artinya H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak. (2) Terdapat pengaruh testimoni selebgram *endorsement* terhadap perilaku konsumtif pada siswa yang mana hal ini terlihat dari hasil peneltian menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} (4,734) < t_{tabel} (1,654)$ yang artinya H_{a2} diterima dan H_{o2} ditolak. (3) Terdapat pengaruh *lifestyle* dan testimoni selebgram *endorsement* terhadap perilaku konsumtif pada siswa yang mana hal ini terlihat dari hasil peneltian menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} (36,631) > t_{tabel} (3,05)$ yang artinya H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh *lifestyle* dan testimoni selebgram *endorsement* terhadap perilaku konsumtif dengan R^2 31,1%. Dan diharapkan kepada siswa untuk dapat mengontrol perilaku konsumtif, tidak membeli/menggunakan barang yang tidak diperlukan hanya karena gengsi serta belajar untuk mengatur keuangan.