

ABSTRAK

Siska Hadianti. 2024. "Pengaruh Media sosial Dan Gaya hidup Terhadap Minat beli". Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Siliwangi, Tasikmalaya. Di bawah bimbingan Gugum Gumilar, S.Pd., M.Pd. dan Kurniawan, S.Pd., M.M.

Masalah pada penelitian ini ialah tingginya minat beli mahasiswa . Metode penelitian menggunakan kuantitatif dengan desain survey eksplanatori. Populasi yang digunakan ialah mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2021. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik pengambilan sampel jenuh, sehingga sampel yang digunakan adalah keseluruhan populasi yaitu sebanyak 111 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, uji statistik menggunakan regresi linier berganda dan koefisien determinasi, serta uji hipotesis yang digunakan adalah uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji f). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan gaya hidup terhadap minat beli pada pengguna shopee mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2021 berpengaruh secara parsial maupun secara simultan.

Kata Kunci: Media Sosial, Gaya Hidup, Minat Beli

ABSTRACT

Siska Hadiani. 2024. "The Influence of Financial Literacy and Economic Literacy on Interest in Saving". Department of Economic Education, Faculty of Teacher Training and Education, Siliwangi University, Tasikmalaya. Under the guidance of Gugum Gumilar, S.Pd., M.Pd. and Kurniawan, S.Pd., M.M.

The problem in this research is high student purchase interest. The research method uses quantitative with an explanatory survey design. The population used is economics education students, class of 2021. The sampling technique used is the saturated sampling technique, so the sample used is the entire population, which is 111 people. The data collection technique in this study used a questionnaire, statistical tests using multiple linear regression and coefficient of determination, and the hypothesis tests used were partial tests (t-test) and simultaneous tests (f-test). The results of the study showed that the use of social media and lifestyle on purchase interest in Shopee users, economics education students, class of 2021 had a partial and simultaneous effect.

Keywords: Social Media, Lifestyle, Purchase Interest