

ABSTRAK

Perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa semakin menguat seiring dengan berkembangnya gaya hidup modern dan intensitas penggunaan media sosial sebagai ruang interaksi sosial digital. Pola konsumsi mahasiswa tidak lagi didasarkan pada kebutuhan fungsional semata, melainkan dipengaruhi oleh lingkungan sosial, konstruksi gaya hidup, serta paparan konten visual di media sosial yang membentuk standar konsumsi ideal. Kondisi ini menimbulkan kekhawatiran terhadap kecenderungan konsumsi yang kurang rasional, khususnya pada mahasiswa yang berada dalam tahap pembentukan identitas dan kemandirian finansial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lingkungan sosial, gaya hidup, dan media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember angkatan tertentu. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner tertutup kepada mahasiswa sebagai responden. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan sosial, gaya hidup, dan media sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Media sosial menjadi faktor yang paling dominan dalam membentuk kecenderungan konsumsi, diikuti oleh gaya hidup dan lingkungan sosial. Temuan ini menegaskan bahwa interaksi digital dan orientasi gaya hidup memiliki peran penting dalam membentuk pola konsumsi mahasiswa. Oleh karena itu, diperlukan penguatan literasi konsumsi, kesadaran finansial, serta etika penggunaan media sosial di lingkungan perguruan tinggi guna mendorong perilaku konsumsi yang lebih rasional dan bertanggung jawab.

Kata kunci: Lingkungan Sosial, Gaya Hidup, Media Sosial, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa.

ABSTRACT

Consumptive behavior among university students has increasingly intensified alongside the development of modern lifestyles and the widespread use of social media as a digital space for social interaction. Student consumption patterns are no longer based solely on functional needs, but are influenced by social environments, lifestyle constructions, and exposure to visual content on social media that shapes idealized standards of consumption. This condition raises concerns regarding irrational consumption tendencies, particularly among students who are in the process of forming personal identity and financial independence. This study aims to analyze the influence of social environment, lifestyle, and social media on the consumptive behavior of students at the University of Muhammadiyah Jember from a specific cohort. The study employs a quantitative approach using a survey method, with data collected through structured questionnaires distributed to student respondents. Data analysis is conducted using multiple linear regression to examine the effect of each independent variable on consumptive behavior. The findings indicate that social environment, lifestyle, and social media have a significant influence on students' consumptive behavior. Social media emerges as the most dominant factor in shaping consumption tendencies, followed by lifestyle and social environment. These findings emphasize that digital interaction and lifestyle orientation play a crucial role in shaping student consumption patterns. Therefore, strengthening consumption literacy, financial awareness, and ethical social media use within higher education institutions is essential to encourage more rational and responsible consumption behavior.

Keywords: *Social Environment, Lifestyle, Social Media, Consumptive Behavior, University Student.*