



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN EFIKASI DIRI TERHADAP
PERILAKU KONSUMSI IRASIONAL MAHASISWA
PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**



OLEH :

DINDA SEPTIANA

NIM. 12110621758

**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
1447 H / 2025 M**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN EFIKASI DIRI TERHADAP
PERILAKU KONSUMSI IRASIONAL MAHASISWA
PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

Skripsi

Diajukan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan (S.Pd)



OLEH :

DINDA SEPTIANA

NIM. 12110621758

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
1447 H / 2025 M**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul Pengaruh Media Sosial dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Konsumsi Irasional Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang ditulis oleh Dinda Septiana NIM.12110621758 dapat diterima dan disetujui untuk di ujikan dalam siding Munaqasyah Fakultas Tarbiah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 10 Dzulhijjah 1446 H
7 Juni 2025 M

Menyetujui,

a.n Ketua Prodi Pendidikan Ekonomi
Seketaris Pendidikan Ekonomi

Yulia Novita, S.Pd.I., M.Par
NIP. 196807132014112001

Pembimbing

Hendra Riofita, M.M
NIP. 130212082



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

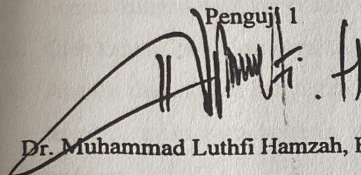
PENGESAHAN

Skripsi dengan judul *Pengaruh Media Sosial Dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Konsumsi Irasional Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*. Yang di tulis oleh Dinda Septiana NIM.12110621758 telah diujikan dalam sidang munaqasah fakultas tarbiyah dan keguruan universitas islam negeri sultan syarif kasim riau pada tanggal Juni 2025 M. Skripsi ini sebagai salah satu syatar meperoleh gelar sarjana pemdidikan (S.Pd) pada jurusan pendidikan ekonomi.

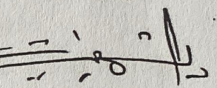
Pekanbaru, Dzulhijjah 1446 H
Juni 2025 M

Mengesahkan
Sidang Munaqasah

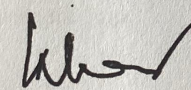
Penguji I


Dr. Muhammad Luthfi Hamzah, B. IT, M. Kom

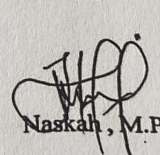
Penguji II


Indah Wati, M.Pd. E

Penguji III


M. Iqbal Lubis, S.E,M.Si.Ak

Penguji IV


Naskah, M.Pd.E

Dekan

Fakultas Tarbiyah dan Keguruan



Prof. Dr. Amira Diniaty, M.Pd, Kons
NIP. 19751115 200312 2 001



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT PERNYATAAN PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dinda Septiana
 Nim : 12110621758
 Tempat/Tgl. Lahir : Pekanbaru 12 September 2003
 Fakultas : Tarbiyah dan keguruan
 Prodi : Pendidikan Ekonomi
 Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Konsumsi Irasional Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Penulisan skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.



Dinda Septiana

Nim. 12110621758



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur senantiasa penulis ucapkan kehadiran Allah SWT berkat Rahmat dan Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat beserta salam penulis kirimkan kepada Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari alam kebodohan menuju alam yang penuh cahaya keimanan dan ilmu pengetahuan seperti yang dirasakan saat ini. Skripsi dengan judul "Pengaruh Media Sosial dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Konsumsi Irasional Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau" merupakan hasil karya ilmiah yang ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari begitu banyak bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan do'a, uluran tangan dan kemurahan hati kepada penulis. Selain itu pada kesempatan ini penulis juga ingin menyatakan dengan penuh hormat ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibuk Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti, MS., SE., AK.,CA Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Bapak Prof. H. Raihani, M. Ed., Ph. D. Selaku wakil rektor II, dan Bapak Dr. Harris Simaemere, M.T Selaku Wakil rektor III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibuk Prof Dr. Amirah Diniaty, M.Pd., Kons. Selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau, Bapak Dr. H. Zarkasih, M. Ag., Selaku Wakil



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dekan I Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau, Prof. Dr. Zubaidah Amir, MZ., S. 3. Pd., M.Pd, Selaku Wakil Dekan II Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau, Ibu Dr, Amira Diniaty, M. Pd. Kons, Selaku Wakil Dekan III Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau.

3. Bapak Ansharullah, S.P, M.Ec. Selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi dan Ibu Yulia Novita, S.Pd.I. M.Par., Selaku Sekretaris Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

4. Bapak Hendra Riofita, M.M, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, meluangkan waktu dan pemikirannya dengan Ikhlas, memberikan pengarahan kepada penulis selama perkuliahan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Ibu Wardani Purnama Sari, M. Pd. E. Selaku penasehat akademik yang telah membimbing, dan memberikan pengarahan kepada penulis selama perkuliahan.

6. Bapak dan Ibu dosen serta seluruh staff Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pengetahuan, arahan dan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S1).

7. Kepada cinta pertama dan panutan saya, Bapak Rapaidin. Beliau memang tidak merasakan bangku perkuliahan. Namun beliau bekerja keras, memberi motivasi, memberi dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan masa program studi ini sampai selesai. Terimakasih karena tidak pernah meragukan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

anak perempuan ini, selalu mengusahakan apapun untuk saya, dan tidak pernah menganggap saya anak lemah.

8. Kepada pintu surgaku, ibu Lisna Laili Efrida. Beliau sangat berperan penting dalam proses menyelesaikan program studi ini, beliau yang mengajarkan banyak hal dari saya lahir hingga besar sekarang. Ibu, terimakasih untuk semangat yang diberikan, serta doa yang ibu panjatkan untuk saya yang selalu mengiringi langkah saya.

9. Kepada adikku Dafa Fahlevi dan Fadia Trianda yang saya sayangi dan selalu mendoakan, memberikan dukungan kepada saya sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini, terimakasih telah menjadi *best partner* dan *support sistem*.

10. Seluruh teman-teman Angkatan 2021. Khususnya Pendidikan Ekonomi Kelas B Manajemen yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih telah memberikan warna-warni masa perkuliahan dan telah mengajarkan arti pertemanan. Semoga kalian semua sukses dunia dan akhirat.

11. Teman-teman Kuliah Kerja Nyata (KKN) Kelurahan Pangkalan Bunut, dan Teman-teman Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) MA Ummatan Wasathan yang telah memberikan pengalaman berkesan bagi penulis.

12. Devi Winata, Putri Wulandari, dan Rona Asrita, terima kasih atas kebersamaan, semangat dan dukungan yang kalian berikan sejak masa awal perkuliahan, hingga terselesaikannya skripsi ini.

13. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri, Dinda Septiana. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terimakasih untuk tetap berusaha dan merayakan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dirimu sendiri sampai di titik ini , walau sering merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak pernah lelah mencoba. Berbahagialah selalu dimanapun, apapun kurang dan lebih mari merayakan diri sendiri.

Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan baik moril maupun material dalam rangka menyusun skripsi ini.

Kepada mereka semua peneliti ucapkan terima kasih yang tidak terhingga, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian lebih dari apa yang diberikan jauh dari pada itu, peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kana sempurna sehingga segala bentuk kritik dan saran sangat diharapkan dan nanti akan diterima dengan senang hati. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan juga pembacanya.

Perkanbaru 7 Juni 2025

Dinda Septiana
NIM. 12110621758

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Allah akan meninggikan drajat orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang berilmu pengetahuan beberapa derajat”

(Q.S Al-Mujadalah 11)

Alhamdillahhirobbil’alamin

Segala rasa syukur aku persembahkan kepada-Mu ya Allah atas nikmat dan

karunia-Mu yang tak terhingga dan tak terhiting

Dengan limpahan rahmat-Mu yang begitu luas

Aku bisa bertahan dan terus melangkah hingga saat ini

Tiada daya dan upaya melainkan pertolongan dari-Mu ya Allah

Tak henti-hentinya rasa Syukur ini aku haturkan kepada-Mu

Ibunda, Lisna Laili Efrida

Terimakasih atas segala pengorbananmu

Semua kasih sayang tak bisa tergambarkan

Semua doa yang selalu kau kumandangkan

Semua kasih yang menjadi alasanku untuk bertahan hidup

Ayahanda, Rapaidin

Dari keringat letihmu aku hidup

Menjadi sandaran dikala aku terjatuh

Menjadi penopang dalam hidupku

Terimakasih atas cinta kasih dan perjuangan yang selalu kau berikan

Terimalah karya kecil ini sebagai bukti dari aku mewujudkan harapanmu

Aku tau ini tidak sebanding dengan semua

Namun terimalah karya ini sebagai sedikit Penawar letihmu selama ini

Semoga karya ini dapat menghantarkan diriku mencapai cita-citaku

Aamiin

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Dinda Septiana, (2025) : Pengaruh Media Sosial dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Konsumsi Irasional Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh media sosial dan efikasi diri terhadap perilaku konsumsi irasional. Jenis penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Subjek dari penelitian ini adalah mahasiswa aktif program Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau tahun ajaran 2024/2025. Objek penelitian ini adalah Pengaruh Media Sosial dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Konsumsi Irasional. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 169 orang di ambil dengan teknik *purposive random sampling*. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumsi irasional sebesar 69.0%, dan efikasi diri terhadap perilaku konsumsi irasional sebesar 42,2%. Sementara itu secara simultan media sosial dan efikasi juga mempengaruhi perilaku konsumsi irasional dengan besar pengaruh 73,4%.

Kata Kunci: *Media Sosial, Efikasi Diri, Perilaku Konsumsi Irasional*

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Dinda Septiana (2025): The Influence of Social Media and Self-Efficacy toward Irrational Consumption Behavior of Economic Education Students at State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

This research aimed at finding out the influence of social media and self-efficacy toward irrational consumption behavior of Economic Education students. Quantitative approach was used in this research. The subjects of this research were active students of Economic Education program at State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau in the Academic Year of 2024/2025. The object was the influence of social media and self-efficacy toward irrational consumption behavior. The samples in this research were 169 students selected by using purposive random sampling technique. Multiple linear regression was the analysis technique. The research findings showed that social media influenced irrational consumption behavior 69.0%, and self-efficacy toward irrational consumption behavior was 42.2%. Meanwhile, simultaneously social media and efficacy also influenced irrational consumption behavior with the influence 73.4%.

Keywords: Social Media, Self-Efficacy, Irrational Consumption Behavior

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ملخص

ديندا سييتيانا، (٢٠٢٥): تأثير وسائل التواصل الاجتماعي والكفاءة الذاتية على سلوك الاستهلاك غير العقلاني لدى طلاب قسم تعليم الاقتصاد في جامعة سلطان شريف قاسم الإسلامية الحكومية رياو

يهدف هذا البحث إلى معرفة مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي والكفاءة الذاتية على سلوك الاستهلاك غير العقلاني لدى طلاب تعليم الاقتصاد. نوع هذا البحث هو بحث ذو نهج كمي. أما موضوع البحث فهم الطلاب النشطون في قسم تعليم الاقتصاد في جامعة سلطان شريف قاسم الإسلامية الحكومية رياو للسنة الدراسية ٢٠٢٤/٢٠٢٥. وموضوع البحث هو تأثير وسائل التواصل الاجتماعي والكفاءة الذاتية على سلوك الاستهلاك غير العقلاني. بلغ عدد العينة في هذا البحث ١٠٠ طالب تم اختيارهم باستخدام تقنية العينة الهادفة. أما تحليل البيانات فاستخدم تقنية الانحدار الخطي المتعدد. أظهرت نتائج البحث أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر على سلوك الاستهلاك غير العقلاني بنسبة ٧٢,٤٪، في حين تؤثر الكفاءة الذاتية بنسبة ٤٥,١٪. وبشكل مشترك، تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي والكفاءة الذاتية على سلوك الاستهلاك غير العقلاني بنسبة تأثير بلغت ٧٦,٨٪.

الكلمات الأساسية: وسائل التواصل الاجتماعي، الكفاءة الذاتية، سلوك الاستهلاك غير العقلاني

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

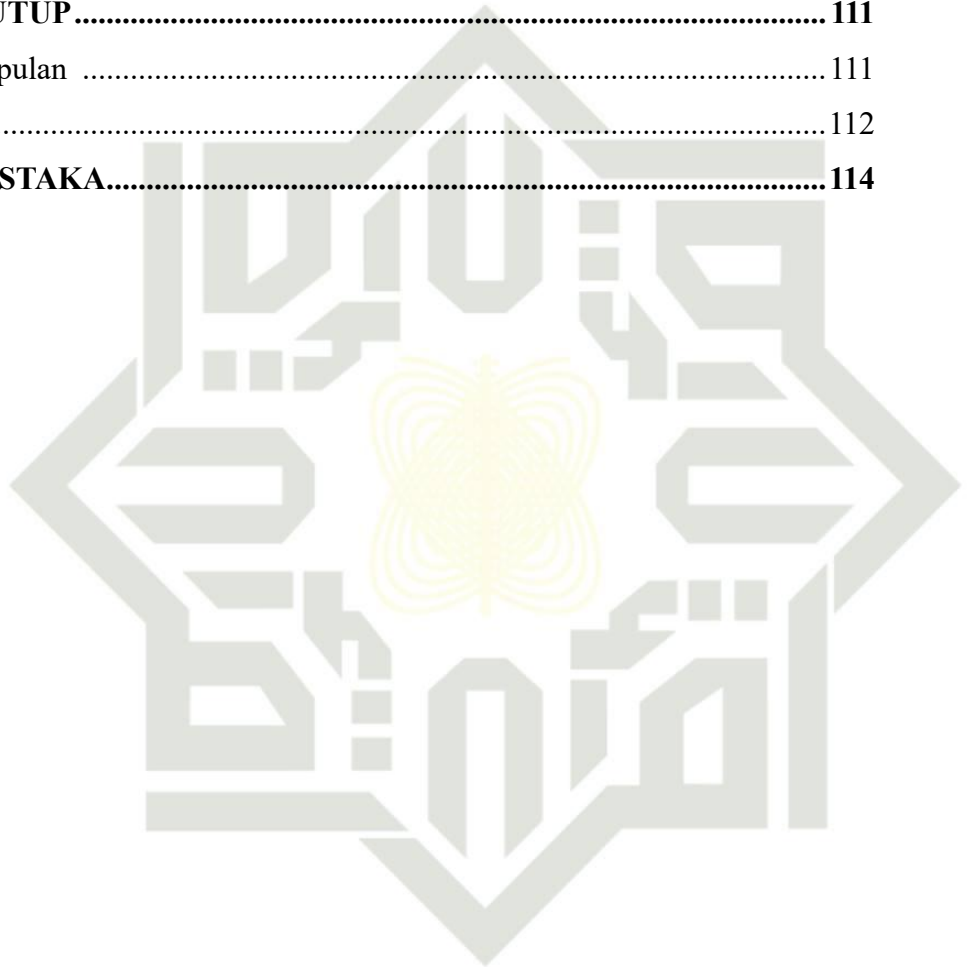
PERSETUJUAN.....	i
PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERSEMBAHAN.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah.....	5
C. Permasalahan.....	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI.....	9
A. Konsep Teoritis	9
B. Theory of Planed Behavior (TPB)	32
C. Penelitian Relevan.....	34
D. Konsep Operasional	38
E. Asumsi dan Hipotesis Penelitian.....	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
A. Jenis Penelitian.....	45
B. Waktu dan Tempat Penelitian.....	45
C. Subjek dan Objek Penelitian	46
D. Populasi dan Sampel Penelitian	46
E. Teknik Pengumpulan Data	47
F. Teknik Analsis Data	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	60



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Deskriptif Data Penelitian	67
C. Merubah Data Ordinal Ke Interval	92
D. Uji Asumsi Klasik	95
E. Pengajuan Hipotesis	99
F. Pembahasan	106
BAB V PENUTUP	111
A. Kesimpulan	111
B. Saran	112
DAFTAR PUSTAKA	114



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR TABEL

III.1	Uji Validitas	50
III.2	Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian.....	52
IV.1	Kepemimpinan Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau.....	61
IV.2	Daftar nama dosen jurusan pendidikan ekonomi fakultas tarbiyah dan keguruan UIN Suska Riau	66
IV.3	Saya Sering Merasa Tertarik Pada Konten Promosi Di Media Sosial	67
IV.4	Saya Sering Memusatkan Perhatian Pada Produk Yang Ditwarkan Di Media Sosial.....	68
IV.5	Saya Sering Menghabiskan Waktu Untuk Melihat Berbagai Produk Yang Dijual Di Media Sosial.....	69
IV.6	Saya Cenderung Lebih Banyak Menghabiskan Waktu Dimedia Sosial Untuk Mencari Informasi Tentang Produk Dari Pada Mecarnya Di Sumber Lain.....	70
IV.7	Saya Sering Membuka Media Sosial Berulang Kali Untuk Melihat Produk-Produk Yang Ditawarkan.....	71
IV.8	Saya Sering Melihat Konten Dari Influencer Di Media Sosial Beberapa Kali Dalam Sehari.....	71
IV.9	Saya Sering Merasa Tertarik Untuk Membeli Suatu Produk Setelah Melihat Ulasan Di Media Sosial	72
IV.10	Saya Merasa Tergoda Untuk Membeli Produk Yang Sering Saya Lihat Di Media Sosial.....	73
IV.11	Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Media Sosial.....	74
IV.12	Saya Sering Merasa Mampu Mengendalikan Diri Untuk Tidak Membeli Produk Yang Tidak Saya Butuhkan Meskipun Banyak Tawaran Menarik Di Media Sosial	76
IV.13	Saya Sering Merasa Yakin Dapat Bersikap Bijak Dalam Menghadapi Godaan Produk Yang Ditawarkan Di Media Sosial	77

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

IV.14	Saya Sering Merasa Mampu Membuat Keputusan Yang Baik Tentang Produk Yang Akan Dibeli Berdasarkan Informasi Yang Saya Dapatkan Di Media Sosial.....	78
IV.15	Saya Sering Merasa Percaya Diri Dalam Membuat Keputusan Pembelian Setelah Mengevaluasi Ulasan Produk Di Media Sosial....	79
IV.16	Saya Sering Percaya Diri Dalam Menahan Godaan Untuk Membeli Produk Yang Tidak Saya Butuhkan Setelah Melihatnya Di Media Sosial.....	79
IV.17	Saya Sering Merasa Dapat Menahan Diri Untuk Tidak Membeli Produk Meskipun Sering Melihat Iklan Menarik Dimedia Sosial	80
IV.18	Saya Sering Menemukan Tawaran Produk Di Media Sosial, Namun Saya Yakin Sepenuhnya Mampu Mengabaikannya Jika Produk Tersebut Memang Tidak Saya Butuhkan.....	81
IV.19	Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Efikasi Diri	82
IV.20	Saya Sering Merasa Membeli Produk Yang Di Promosikan Di Media Sosial Bisa Menjadi Pilihan Yang Baik Meskipun Saya Tidak Membutuhkannya	84
IV.21	Saya Cenderung Merasa Tertarik Untuk Membeli Produk Yang Di Promosikan Di Media Sosial Meskipun Saya Tidak Benar-Benar Membutuhkan Produk Tersebut.....	85
IV.22	Saya Sering Merasa Tergoda Untuk Membeli Produk Yang Tidak Menarik Perhatian Saya Di Media Sosial, Meskipun Saya Tidak Memerlukannya	86
IV.23	Saya Sering Merasa Teman-Teman Saya Akan Mendukung Keputusan Saya Jika Saya Membeli Produk Yang Dilihat Di Media Sosial.....	87
IV.24	Saya Sering Merasa Membeli Produk Di Media Sosial Adalah Tren Yang Sebaiknyadiikuti Oleh Semua Orang	88
IV.25	Saya Sering Merasa Sulit Untuk Mengontrol Diri Untuk Tidak Membeli Produk Hanya Karena Melihat Iklan Dimedia Sosial	89



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

IV.26	Saya Sering Merasa Sulit Untuk Menunda Atau Medmbatalkan Keputusan Pembelian Setelah Melihat Produk Yang Dipromosikan Di Media Sosial.....	90
IV.27	Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Perilaku Konsumsi Irasional	91
IV.28	Uji Normalitas Data	96
IV.29	Hasil Uji Multikolinieritas	97
IV.30	Hasil Uji Heteroskedastisitas	99
IV.31	Uji Regresi Linier X1 Dan Y	100
IV.32	Koefisien Determinasi X1 Dan Y	101
IV.33	Regresi Linier Sederhana X2 Dan Y	102
IV.34	Koefisien Determinasi X2 Dan Y	103
IV.35	Koefisien Regresi Linier Berganda.....	104
IV.36	Koefisien Korelasi dan Determinasi Ganda.....	105
IV.37	Output Anova X1 Dan X2 Teradap Y	106



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	119
Lampiran 2 Jawaban Uji Coba Intrumen	124
Lampiran 3 Hasil Olah Data Uji Coba Intrumen (SPSS).....	125
Lampiran 4 Data Mentah Hasil Angket Penelitian	128
Lampiran 5 Perubahan Data Ordinal Ke Interval.....	134
Lampiran 6 Hasil Olah Data (SPSS).....	142
Lampiran 7 Dokumentasi Penelitian.....	155
Lampiran 8 SK Pembimbing.....	165
Lampiran 9 Pra Riset.....	167
Lampiran 10 Balasan Pra Riset.....	168
Lampiran 11 Surat Pengesahan Perbaikan Proposal.....	169
Lampiran 12 Surat Riset.....	170
Lampiran 13 Surat Telah Melakukan Riset.....	171
Lampiran 14 Surat Kegiatan Bimbingan Skripsi	172
Lampiran 15 Surat Keterangan Bebas Tutniti.....	173

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam kehidupan mahasiswa. Lahirnya media sosial menjadikan pola perilaku mahasiswa ikut berubah, termasuk dalam budaya, etika, norma, hingga perilaku konsumsi. Saat ini, media sosial telah digunakan oleh berbagai kalangan, termasuk mahasiswa. Media sosial menjadi sarana yang mudah diakses untuk memperoleh dan menyebarkan informasi.¹ Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Faisal, yang mengutip data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), sekitar 95% dari populasi mahasiswa di Indonesia aktif menggunakan media sosial.² Rata-rata mereka mengakses media sosial lebih dari lima jam perhari.³

Namun, meskipun memiliki banyak manfaat, penggunaan media sosial secara intensif dapat berdampak negatif, terutama dalam perilaku konsumsi yang bersifat irasional.⁴ Suyanti dkk menyatakan bahwa media

¹ Hermila A., Sri Ayu Ashari, Rahmat Taufik R.L Bau, dan Sitti Suhada, "Eksplorasi Intensitas Penggunaan Sosial Media (Studi Deskriptif pada Mahasiswa Teknik Informatika UNG)," *INVERTED: Journal of Information Technology Education* 3, no. 2 (2023): Hlm 167.

² Muhammad Faisal, "Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Pontianak," *Journal on Education* 7, no. 1 (2024): Hlm 6256

³ Hendra Riofita dan Waldana Dimasadra, *Strengthening Social Media Capabilities to Improve Private Islamic Higher Education Marketing Performance*, *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, Vol. 4, No. 2 (2022): Hlm 113

⁴ Riki Khrishananto, Muhammad Ali Adriansyah, *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Generasi Z*. Vol. 9, No 2 (2021). Hal. 325

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumsi irasional.⁵ Mahasiswa yang sering menyaksikan konten promosi di media sosial cenderung terdorong untuk mengikuti tren dan membeli produk secara impulsif tanpa pertimbangan yang matang. Pembelian ini sering kali dilakukan bukan karena keinginan bukan kebutuhan, tetapi demi kesenangan yang pada akhirnya dapat mendorong perilaku Konsumsi irasional.⁶ Tindakan irasional ini secara ekonomis melahirkan sifat boros dan ketidakefisienan biaya. Penelitian yang dilakukan oleh Glorya menunjukkan sebanyak 80% responden mengindikasikan bahwa aktivitas menjelajah media sosial memengaruhi perilaku konsumsi mereka⁷. Penelitian yang dilakukan oleh Eunike dkk juga mengindikasikan bahwa media sosial merupakan saluran yang dapat memengaruhi perilaku konsumsi irasional.⁸

Meskipun demikian, beberapa penelitian seperti Khrishananto dan Adriansyah memberikan beberapa saran untuk mengurangi pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumsi irasional mahasiswa, seperti: (1) membatasi menonton konten promosi, (2) mengurangi durasi penggunaan media sosial.⁹ Sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk

⁵ Endang Sri Suyanti, Achmad Zainul Rozikin, Pengaruh Media Sosial dan Efikasi Diri Terhadap perilaku Konsumsi, Vol. 15, No. 1, 2023, Hlm. 29

⁶ Riki Khrishananto, Muhammad Ali Adriansyah. Op.Cit. Hlm 325-326

⁷ Glorya Martalina Panjaitan, Mariana Simanjuntak, Pengaruh Media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen Gen Z; Analsis Strategi Brand Awarness, Loyalitas, dan Organisasi Pemasaran. Vol. 7. No 12 (2024). Hlm. 198

⁸ Eunike Rose Mita Lukiani, Ayu Nur Rizka. *Pengaruh Instagram Dalam Membentuk Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri*, Vol. 1, No. 1 (2021). 103

⁹ Riki Khrishananto, Muhammad Ali Adriansyah, *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan generasi Z*, Vol. 9, No. 2, Juni 2021, Hlm.326

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menguji apakah benar media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumsi irasional mahasiswa.

Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh mustomi mengindikasikan bahwa media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi irasional.¹⁰ Perbedaan hasil penelitian ini mencerminkan adanya variasi temuan dilapangan, yang menjadi dasar penting untuk dilakukan penelitian. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumsi irasional mahasiswa. Dengan demikian penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk memperkuat temuan sebelumnya.

Selain media sosial, faktor lain yang juga mempengaruhi perilaku konsumsi irasional adalah efikasi diri. Mahasiswa memiliki rasionalitas yang terbatas dan bergantung pada kemampuan mengendalikan diri dalam mengatur pengeluarannya dalam pengambilan keputusan konsumsi.¹¹ Efikasi diri yang tinggi dapat membantu mahasiswa untuk mengelola pengeluaran dan membuat keputusan pembelian yang lebih bijak. Sartika dan Sugiharsomo juga mengatakan bahwa Efikasi diri yang rendah harus ditingkatkan melalui edukasi tentang skala prioritas dalam pembelian produk.¹² Berdasarkan Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Artati

¹⁰ Dede Mustomi, Aprilia Puspasari, *Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa*, Vol. 4, No 1 (2020). Hlm 146.

¹¹ Endang Sri Suyanti, Achmad Zainul Rozikin, *Pengaruh Media Sosial dan Efikasi Diri Terhadap perilaku Konsumsi*, Vol. 15, No. 1, 2023, Hlm. 29

¹² Nyimas Yuhani Sartika dan Sugiharsono, *Self-Efficacy and Intensity of the Use of Social Media on Consumption Behavior: Case Study in the Economics Faculty of Yogyakarta State University*, *Jurnal Economia*, Vol. 16, No. 1, April 2020, hlm. 81.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dkk yang mengidentifikasi efikasi diri sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi.¹³ Temuan tersebut memperkuat alasan pemilihan variabel dalam penelitian ini, khususnya dalam konteks konsumsi irasional di kalangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Berdasarkan observasi awal terhadap sejumlah mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau diketahui bahwa sebagian dari mereka mengaku pernah melakukan pembelian setelah melihat konten promosi di media sosial, meskipun barang tersebut tidak termasuk dalam kebutuhan utama. Temuan ini memperkuat urgensi penelitian untuk melihat sejauh mana pengaruh penggunaan media sosial dan efikasi diri terhadap perilaku konsumsi irasional mahasiswa.

Penelitian ini mengambil mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau sebagai objek karena kelompok ini tergolong dalam usia yang cukup rentan terhadap perilaku konsumsi. Remaja usia 18–25 tahun cenderung memiliki tingkat konsumsi yang tinggi¹⁴. Berdasarkan penelusuran terhadap sejumlah penelitian terdahulu, menunjukkan bahwa memang sudah ada yang meneliti pengaruh media sosial dan efikasi diri terhadap perilaku konsumsi. Namun, kebanyakan penelitian tersebut dilakukan pada siswa sekolah. Belum banyak yang secara khusus meneliti mahasiswa Pendidikan Ekonomi. Oleh

¹³ Artati Anggita Putri, Reni Respita, Widya Astuti, *Pengaruh Media Sosial dan Efikasi Diri Terhadap perilaku Konsumtif Siswa SMA 8 Padang*, Vol. 2. No. 2. 2024. Hal. 146

¹⁴ Diny Claudia Durant, Dody H. Wibowo. *Hubungan antara kondormintas dan Perilaku Konsumtif Pakaian Pada Remaja Akhir*, Vol. 2. No2. (2021). Hlm.2

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

karena itu, penelitian ini berfokus untuk melihat bagaimana media sosial dan efikasi diri berpengaruh terhadap perilaku konsumsi irasional mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, untuk itu ada keinginan penulis untuk meneliti permasalahan yang terjadi dengan mengangkat judul penelitian **“Pengaruh Media Sosial dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Konsumsi Irasional Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.**

B. Penegasan Istilah**1. Media Sosial**

Dalam penelitian ini, media sosial merujuk pada platform digital secara umum seperti Tiktok, Instagram, Facebook, dan Youtube yang digunakan oleh mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau untuk mengakses informasi. Paparan konten di media sosial dipandang sebagai faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumsi irasional mahasiswa.

2. Efikasi Diri

Efikasi diri dalam penelitian ini diartikan sebagai keyakinan mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau terhadap kemampuannya dalam mengelola dan mengontrol perilaku konsumsi irasional.

3. Perilaku Konsumsi Irasional

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perilaku konsumsi dalam penelitian ini merujuk pada pola dan kebiasaan mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dalam membeli dan menggunakan barang atau jasa secara irasional.

C. Permasalahan

1. Identifikasi Masalah

- a. Mahasiswa sangat intensif menggunakan media sosial, bahkan lebih dari lima jam per hari.
- b. Konten promosi yang tersebar di media sosial memicu perilaku konsumsi irasional pada mahasiswa, dimana pembelian seringkali dilakukan tanpa didasari kebutuhan utama.
- c. Efikasi diri mahasiswa berpengaruh pada keputusan mahasiswa dalam melakukan kegiatan konsumsi.

2. Batasan Masalah

- a. Penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa aktif angkatan program Pendidikan ekonomi di UIN Suska Riau tahun ajaran 2024-2025 semester genap.
- b. Perilaku konsumsi irasional yang dibahas, yaitu keputusan konsumsi yang tidak berdasarkan kebutuhan dan prioritas.
- c. Fokus penelitian adalah mengkaji pengaruh media sosial, dan efikasi diri terhadap perilaku konsumsi irasional mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. Efikasi Diri dalam penelitian ini diartikan sebagai kemampuan individu untuk menahan dorongan impulsif atau irasional, yaitu keputusan konsumsi yang tidak didasarkan pada kebutuhan.
- e. Media Sosial yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada penggunaan media sosial secara umum, seperti Instagram, Tiktok, Facebook dan Youtube.

3. Rumusan Masalah

- a. Apakah media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumsi irasional mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau?
- b. Apakah efikasi diri berpengaruh terhadap perilaku konsumsi irasional mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau?
- c. Apakah media sosial dan efikasi diri berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumsi irasional mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumsi irasional mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Untuk mengetahui pengaruh efikasi diri terhadap perilaku konsumsi irasional mahasiswa mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- c. Untuk mengetahui pengaruh media sosial dan efikasi diri secara simultan terhadap perilaku konsumsi irasional mahasiswa mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi Mahasiswa: Memberikan pemahaman tentang bagaimana media sosial dan efikasi diri mempengaruhi perilaku konsumsi irasional, sehingga dapat menjadi dasar untuk mengambil keputusan konsumsi yang lebih bijak.
- b. Bagi Institusi Pendidikan (UIN Suska Riau): Menjadi acuan dalam merancang program edukatif yang dapat meningkatkan efikasi diri mahasiswa serta literasi digital agar lebih bijak dalam penggunaan media sosial.
- c. Bagi Peneliti dan Akademisi: Menambah referensi dalam kajian perilaku konsumsi serta memberikan kontribusi empiris mengenai pengaruh media sosial dan efikasi diri dalam konteks mahasiswa.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Konsep Teoris

1. Perilaku Konsumsi Irasional

a. Pengertian Perilaku Konsumsi irasional

Konsumsi merujuk pada istilah “consume” atau “consumption” yang memiliki arti menghabiskan atau pemakaian. Menurut kamus bahasa Indonesia, konsumsi adalah pemanfaatan barang hasil produksi, makanan, dan lainnya, yang pada intinya berarti memanfaatkan nilai guna atau manfaat dari barang-barang tersebut.¹⁵ Dalam pengertian yang lebih luas, konsumsi adalah suatu kegiatan manusia memakai, atau menggunakan, atau mengurangi, atau menghabiskan nilai guna suatu barang/jasa dipakai untuk memenuhi kebutuhan.¹⁶

Adapun pengertian perilaku konsumsi menurut para ahli yaitu:

1) N. Gregory Mankiw

Konsumsi adalah aktivitas dimana seseorang melakukan pembelian barang dan layanan. Misalnya, barang-barang yang dapat dibeli meliputi kendaraan dan serta makanan dan pakaian

¹⁵ Bayu Dian Asmoro Wibowo, Izzati Rohmaniyah, Naili Taufiqoh. *Transformasi Pola Konsumsi Makro Ekonomi di Era Digitalisasi: Analisis Peluang dan Tantangan*. Vol. 2. No. 1. Hlm.2

¹⁶ Khairinan, Muazza, *Ilmu Ekonomi Dalam PLP* (Jambi: Salim Media Indonesia: 2019). Hlm.20

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk barang sehari-hari. Sementara itu, layanan bisa mencakup contohnya jasa perawatan rambut atau layanan kesehatan.

2) Muhammad Abdul Halim

Pengeluaran konsumsi merujuk pada dana yang dikeluarkan oleh seseorang guna memperoleh barang- barang dan layanan yang dibutuhkan untuk kehidupan sehari-hari selama periode waktu tertentu.¹⁷

3) Suherman Rosyidi

Konsumsi didefinisikan sebagai penggunaan barang dan layanan yang bertujuan langsung untuk memenuhi kebutuhan manusia. Konsumsi, terutama pengeluaran konsumsi pribadi, mencakup pengeluaran yang dilakukan oleh rumah tangga untuk mendapatkan barang-barang akhir dan jasa.¹⁸

Berdasarkan pengertian konsumsi di atas, Perilaku konsumsi dapat dipahami sebagai suatu perilaku atau tindakan serta proses psikologi individu dalam membeli atau mempergunakan produk ataupun jasa yang melibatkan proses pengambilan keputusan sehingga akan mendapatkan produk ataupun jasa yang diinginkan oleh seorang konsumen. Beberapa ahli juga memberikan definisi yang beragam, sebagaimana yang dikutip dalam buku Nugraha, di antaranya:

¹⁷ Syaparuddin, *Edukasi Ekonomi Islam Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Trust Media Publishing, 2021). Hlm. 3-4

¹⁸ Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi*.(Jakarta : Rajawali Pers,2017). Hal, 165

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1) Hasan

Perilaku konsumsi merupakan kajian mengenai proses yang dilalui oleh individu maupun kelompok dalam memilih, membeli, menggunakan, atau mengelola produk, layanan, ide, maupun pengalaman guna memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

2) Suyanto

Perilaku konsumsi adalah sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dalam penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.¹⁹

Namun perilaku konsumsi tidak selalu rasional. Banyak individu termasuk mahasiswa yang mudah terbujuk oleh promosi yang tersebar di media sosial tanpa mengedepankan aspek kebutuhan atau kepentingan, melainkan hanya karena merasa tertarik.²⁰ Perilaku konsumsi yang demikian di sebut sebagai konsumsi irasional, yaitu tindakan konsumsi yang mudah terbujuk oleh marketing dari suatu produk tanpa mengedepankan aspek

¹⁹ Jefri Putra Nugraha, *Teori Perilaku Konsumen* (Jawa Tengah: Nasya Expanding Management:2021). Hlm1-2

²⁰ Melinda, Lisbeth Lasawengan, *Perilaku Konsumtif dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Khusus Mahasiswa Toraja di Universitas Sam Ratulangi Manado)*. Vol. 2. No 1. Hlm. 10

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kebutuhan atau kepentingan.²¹ Dengan kata lain seorang dikatakan melakukan konsumsi irasional apabila melakukan pembelian di saat belum membutuhkan barang tersebut dan hanya berdasarkan keinginannya saja.²²

Dalam Penelitian ini, perilaku konsumsi irasional adalah merujuk pada pola dan kebiasaan mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. dalam membeli dan menggunakan barang atau jasa secara berlebihan tidak berdasarkan kebutuhan tetapi keinginan atau diebut juga dengan irasional.

b. Jenis-Jenis Perilaku Konsumsi

Secara umum, perilaku pembelian konsumsi dapat dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu perilaku yang rasional dan yang irasional. Perilaku rasional dalam konsumsi merujuk pada keputusan pembelian barang atau jasa yang didasari oleh pertimbangan mendalam mengenai faktor-faktor seperti urgensi kebutuhan, kepentingan primer, serta manfaat nyata produk bagi pembeli. Di sisi lain, perilaku irasional dalam konsumsi ditandai dengan kecenderungan konsumen untuk terpengaruh oleh promosi atau diskon suatu produk, tanpa mempertimbangkan faktor

²¹ Antonius Brian Reger, Jenny Baroleh, *Karakteristik Konsumen Produk Roti Cella Bakerry Dan Holand Bakerry di Manado*. Vol. 11. No 3A. Hlm.59

²² Rofiqoh Daliyah, *Analisis Prilaku Konsumsi Pengguna Aplikasi E-money Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya*. Vol. 8. N0 3. (2020). Hlm. 951.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kebutuhan atau prioritas. Berikut ini beberapa ciri-ciri perilaku konsumsi rasional dan irasional.²³

1. Perilaku Konsumsi Rasional

- a) Konsumen menentukan pembelian berdasarkan apa yang benar-benar diperlukan.
- b) Produk yang dibeli oleh konsumen memberi manfaat maksimal bagi mereka.
- c) Konsumen memprioritaskan produk dengan kualitas terbaik.
- d) Konsumen memastikan harga barang sesuai dengan anggaran yang mereka miliki.

2. Perilaku Konsumsi Irasional

- a) Konsumen mudah terpengaruh oleh iklan dan promosi yang ditayangkan di media cetak atau elektronik.
- b) Konsumen cenderung memilih produk-produk yang memiliki merek terkenal atau populer.
- c) Konsumen membeli barang tidak berdasarkan keperluan, tapi lebih karena alasan status sosial atau untuk menunjukkan prestise.²⁴

²³ Antonius Brian Rager, Op.Cit. Hal. 59

²⁴ Antonius Brian Rager, Ibid. Hal. 59

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Indikator Perilaku Konsumsi Irasional

Indikator penelitian ini mengadaptasi dari *theory of planned behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen yaitu:

1) sikap terhadap perilaku

Sikap mencerminkan keyakinan seseorang terhadap keputusan untuk mengkonsumsi secara irasional.

2) Norma subjektif

Norma subjektif merupakan pengaruh tekanan sosial seperti teman, lingkungan mahasiswa untuk mempengaruhi Keputusan dalam mengkonsumsi secara irasional.

3) Control perilaku

Persepsi kontrol perilaku adalah motivasi mahasiswa yang didasarkan pada pendapatnya tentang kemudahan dalam mengkonsumsi secara irasional.²⁵

2. Media Sosial

a. Pengerian Media Sosial

Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan bertukar informasi, ide, serta konten. Adapun definisi media sosial menurut para ahli yang dikutip oleh Purbohastuti yaitu sebagai berikut:

²⁵ Noor Maulida Khasanah, Agus Supriyanto, *Minat Beli Produk Halal Samyang Food ditinjau dari Theory Of Planned Behavior pada Generasi Muslim di Kabupaten Kudus*. Vol. 2. No. 1 2022. Hal. 30

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Antony Mayfield

Antony Mayfield mendefinisikan media sosial sebagai sebuah platform yang memungkinkan penggunanya untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan berbagai peran, yang mencakup berbagai bentuk seperti blog, jaringan sosial, ensiklopedia online, forum diskusi, dan dunia virtual dengan karakter 3D (avatar).

2. Lisa Buyer

Lisa Buyer menggambarkan media sosial sebagai bentuk hubungan masyarakat yang saat ini paling terbuka, menarik, dan interaktif.

3. Sam Decker

Menurut Sam Decker, media sosial merujuk pada konten digital yang dihasilkan dan diinteraksikan oleh pengguna, baik itu antar individu maupun kelompok.

4. Marjorie Clayman

Marjorie Clayman mengartikan media sosial sebagai alat pemasaran inovatif yang memungkinkan pemahaman tentang pelanggan dan calon pelanggan dengan cara yang sebelumnya tidak bisa dilakukan.²⁶

²⁶ Arum Wahyuni Purbohastuti, *Efektifitas Media Sosial Sebagai Media Promosi*, Vol. 12, No. 2, (2017). Hlm. 214

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pemahaman akan media sosial sebagai platform interaksi dan penyebaran informasi. Dalam rangka mengkaji mekanisme pengaruh ini secara teoretis, penelitian ini mengadopsi kerangka teori belajar sosial (Social Learning Theory). Teori ini menjelaskan bahwa individu tidak hanya belajar melalui pengalaman langsung, tetapi juga melalui observasi perilaku orang lain dan apa yang mereka amati.²⁷ Di media sosial, proses ini sangat aktif, dimana mahasiswa secara rutin memerhatikan konten dan perilaku konsumsi yang ditampilkan oleh influencer atau teman sebaya, menyimpan informasi tersebut, dan termotivasi untuk meniru perilaku yang diamati. Dengan demikian, teori belajar sosial menjadi dasar untuk memahami bagaimana platform media sosial dengan segala definisi dan karakteristiknya, yang membentuk perilaku konsumsi irasional mahasiswa.

Pada masa era baru ini media sosial tidak hanya menjadi tempat untuk berkomunikasi tetapi juga merupakan salah satu media promosi.²⁸ Media sosial menjadi salah satu media perantara komunikasi bisnis dalam internet yang memberikan penggunanya ruang untuk mempersentasikan diri, berbagi informasi serta

²⁷ Annida Husna Pohan, Intan Jamilah Ulfa, Amirah Diniaty, *Peran Modeling Dalam Pembentukan Perilaku Perspektif Sosial Belajar (Albert Bandura)*. Vol. 8. No 12 (2024). Hlm. 48

²⁸ Abdurrahman Nur Falah, Nisa Nur Iqlima, *Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Bisnis Dalam Peningkatan Penuaian Brand "Sevaty" di Tasikmalaya*. Vol. 2, No. 6. (2024). Hlm. 24

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berkomunikasi dengan pengguna lain.²⁹ Era baru dalam aktivitas komunikasi pemasaran ditandai oleh pemanfaatan media sosial sebagai salah satu kanal promosi. Setiap perusahaan berusaha untuk membentuk citra positif produk atau jasa mereka melalui media sosial seperti Facebook, Tiktok, Instagram, dan YouTube, dengan tujuan untuk mempengaruhi perilaku konsumen. Pemanfaatan media sosial sebagai kanal promosi produk atau jasa dianggap lebih menguntungkan dibandingkan dengan media promosi konvensional seperti televisi, surat kabar, dan radio. Selain itu, penggunaan media sosial juga dinilai efisien dari segi biaya dan memiliki kemampuan untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, interaktif, serta memberikan respons yang real time.³⁰

Jadi, pengertian media sosial dalam penelitian ini adalah Dalam penelitian ini, media sosial merujuk pada platform digital yang digunakan oleh mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau seperti Tiktok Intagran Facebook dan Youtube untuk mengakses informasi. media sosial ini dipandang sebagai faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumsi irasional mahasiswa.

²⁹ Melati Socika Putri, Hendra Riofita, *Pengaruh Media Sosial Dalam Mengoptimalkan Pemasaran dan Penjualan*, Vol. 06. No. 3. (2024). Hlm. 274

³⁰ Catur Suratniaji, Nurhadi, *Metode Analisis Media Sosial Berbasis Big Data* (Jawa Tengah, Sasanti Intitute, 2019). Hal. 4-5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Karakteristik Media Sosial

Menurut Nasarullah dalam Hamirul dkk, media sosial memiliki karakteristik yang unik yaitu:

1) Jaringan (*Network*)

Jaringan merupakan infrastruktur yang memungkinkan koneksi antara komputer dan perangkat keras lainnya. Dengan jaringan ini, komunikasi antar perangkat dapat berlangsung, termasuk transfer data yang mendukung interaksi pengguna di media sosial.

2) Informasi (*Information*)

Informasi menjadi elemen penting di media sosial karena mendasari bagaimana pengguna membangun identitas, menciptakan konten, dan melakukan interaksi. Informasi ini juga menjadi alat untuk memperlihatkan dan memproyeksikan citra diri.

3) Arsip (*Archive*)

Media sosial menyediakan kemampuan untuk menyimpan informasi sebagai arsip yang dapat diakses kapan saja melalui berbagai perangkat. Arsip ini memungkinkan pengguna untuk merujuk kembali ke konten yang sebelumnya diunggah.

4) Interaksi (*Interactivity*)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Media sosial tidak hanya memperluas hubungan pertemanan, tetapi juga menciptakan ruang untuk interaksi aktif antar pengguna. Interaksi ini mencerminkan keterlibatan langsung yang menguatkan jaringan sosial.

5) Simulasi Sosial (*Simulation of Society*)

Media sosial berperan sebagai ruang virtual yang mencerminkan aktivitas sosial seperti di dunia nyata. Namun, pola dan dinamika di media sosial memiliki keunikan tersendiri yang tidak selalu ditemukan dalam masyarakat nyata³¹.

c. Jenis-Jenis Media Sosial yang Populer di Kalangan Mahasiswa

Ada banyak macam media sosial yang umum digunakan dalam pemasaran digital pada saat ini, di antaranya yang populer dikalangan mahasiswa maupun bisnis seluruh dunia pada saat ini di antaranya adalah Instagram, Facebook, Tiktok, dan youtube.³²

1) Instagram

Instagram berasal dari gabungan kata “instan” dan “telegram.” Kata “instan” atau “insta” mengacu pada kamera polaroid yang dikenal sebagai kamera yang dapat menghasilkan foto secara langsung. Sementara itu, “gram” berasal dari kata

³¹ Hamirul, zulkifli, *Viral Dulu, Usut Kemudian!*(Studi Tentang Kontrol Sosial Melalui Media Sosial), Vol. 1, No. 3 (2022). Hlm. 522

³² Randi Saputra, Faizal Adiprasetya Purnama Pulungan. *Proyek Pemasaran Digital di Sosial Media dan E. Commerce Melalui Pembuatan Content Marketing dan Advertising Campaign Untuk Meningkatkan Brand Brand Awareness Rcabel*. Vol. 2. No 5(2024). Hlm. 150

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

“telegram,” yang dahulu digunakan untuk mengirim pesan dengan cepat. Oleh karena itu, Instagram dapat diartikan sebagai platform yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto atau video secara instan dan cepat. Secara umum, Instagram adalah media sosial yang berfokus pada berbagi foto dan video dengan pengguna lainnya³³.

Saat ini, Instagram menjadi salah satu platform yang digunakan untuk media iklan. Beragam fitur di dalamnya menjadikan Instagram alat promosi yang efektif dan efisien. Disebut efektif karena produsen dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli barang atau jasa yang diiklankan. Sementara itu, efisiensinya terlihat dari berbagai aspek, seperti: (1) kemudahan dalam memasarkan produk hanya dengan mengunggah foto atau video; (2) biaya promosi yang rendah, cukup menggunakan ponsel dan koneksi internet; (3) proses pemasaran yang cepat, selama terdapat jaringan internet; (4) fleksibilitas tempat, di mana pemasaran dapat dilakukan di mana saja; (5) fleksibilitas waktu, karena iklan dapat diunggah kapan saja; (6) jangkauan promosi yang luas, meliputi berbagai negara dan wilayah; serta (7) kemampuan menjangkau

³³ Eunike Rose Mita Lukiani, Ayu Nur Rizka. *Op. Cit.* Hlm.1

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsumen tanpa batas jumlah, selama mereka memiliki akses ke Instagram³⁴.

Jadi, Instagram adalah media sosial yang memungkinkan pengguna berbagi foto dan video secara cepat. Selain itu, Instagram juga berfungsi sebagai platform pemasaran yang efektif dan efisien karena mudah digunakan, hemat biaya, fleksibel dalam waktu dan tempat, memiliki jangkauan luas, serta mampu menjangkau konsumen dalam jumlah besar. Sehingga dapat mempengaruhi perilaku konsumsi irasional.

2) TikTok

TikTok adalah aplikasi berbasis video yang memungkinkan pengguna untuk membuat, mengedit, dan membagikan video pendek dengan durasi 15 hingga 60 detik. Keberhasilan TikTok dalam memikat pengguna terletak pada kemampuannya untuk menyajikan konten yang singkat, menarik, dan mudah diakses. Di antara jutaan video yang diunggah setiap harinya, banyak di antaranya mempromosikan produk atau layanan tertentu, baik secara terang-terangan maupun terselubung.

TikTok menjadi platform yang sangat efektif dalam memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa berkat algoritmanya yang canggih. Algoritma TikTok mampu

³⁴ Ibid. Hlm.2

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menyajikan konten yang disesuaikan dengan preferensi pengguna, berdasarkan aktivitas mereka, seperti video yang disukai, dikomentari, atau ditonton sampai selesai. Hal ini memungkinkan TikTok untuk menampilkan iklan produk yang relevan dengan minat pengguna, sehingga meningkatkan peluang pengguna tertarik untuk membeli. Penelitian oleh Econsultancy mengungkapkan bahwa algoritma TikTok berperan signifikan dalam mendorong konsumsi karena kemampuannya mengarahkan produk kepada target audiens yang tepat. Algoritma ini tidak hanya mengandalkan data demografi atau minat pengguna, tetapi juga memperhatikan pola interaksi mereka dengan konten di aplikasi. Sebagai contoh, seorang mahasiswa yang sering menonton video bertema gaya hidup atau fashion akan lebih sering melihat promosi terkait produk fashion, yang kemudian dapat mendorong mereka untuk membeli.

Fitur For You Page (FYP) di TikTok juga memungkinkan konten untuk menjadi viral dengan cepat, bahkan di kalangan pengguna yang tidak mengikuti kreator konten tersebut. Hal ini memberikan kesempatan bagi merek atau perusahaan untuk mempromosikan produk secara luas dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan iklan tradisional. Ketika suatu produk viral di TikTok, mahasiswa yang aktif di

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

platform tersebut sering kali merasa tekanan sosial untuk mengikuti tren dengan membeli produk tersebut agar tetap dianggap “kekinian” dalam lingkungan pergaulan mereka.³⁵

Tiktok merupakan platform periklanan yang efektif dalam meningkatkan minat beli konsumen. Dimana keputusan pembelian kini lebih sering didasarkan pada promosi di tiktok.³⁶

3) Facebook

Facebook merupakan platform yang dapat dimanfaatkan untuk aktivitas pemasaran, dengan jumlah pengguna aktif global mencapai 2,17 miliar dan 82 juta di Indonesia, dimana pengguna aktif mayoritas berusia 18-24 tahun. Menurut Helianthusonfri (2016), Facebook adalah salah satu media sosial yang esensial untuk digunakan dalam pemasaran online, mengingat jumlah penggunanya yang sangat besar. Masyarakat dapat memanfaatkan Facebook untuk mengunggah produk yang ingin dipasarkan pada akun mereka tanpa biaya. Selain itu, Facebook juga seringkali digunakan oleh calon konsumen sebagai sarana untuk mencari produk yang diinginkan atau untuk memenuhi kebutuhan mereka.³⁷

³⁵ Abdul Aziz Albani, Fadiyah Setya Putri, Indah Maulita, *Gambaran Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Memanfaatkan Aplikasi TikTok*, Vol. 4, no. 1. (2024). Hlm. 549-550

³⁶ M. Devent, Hendra Riofita, *Strategi pemasaran dengan memanfaatkan fitur TikTok live streaming sebagai media promosi untuk minat konsumen*. *Pediaqu: Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, Vol. 4. No 1. Hlm. 505

³⁷ Mohammad Riki Efendi, Sri Wahyuni, *Pengaruh Facebook Sebagai Social Media Marketing Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*, vol, 12. No, 1. 2018, hal. 82

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4) Youtube

YouTube merupakan salah satu platform media sosial berbasis video yang memberikan berbagai fitur kepada penggunanya. Melalui YouTube, pengguna dapat mengunggah video, menonton konten dari kreator lain, memberikan tanda suka (like), berlangganan kanal (subscribe), serta memberikan komentar pada video. Tidak hanya digunakan sebagai tempat berbagi video, YouTube juga dimanfaatkan sebagai sarana untuk memasarkan produk, sehingga menjadi salah satu platform yang mendukung kegiatan promosi secara digital. Platform ini menarik perhatian berbagai kelompok usia karena kontennya yang beragam. Pengguna biasanya memilih video yang sesuai dengan minat mereka dan relevan dengan tema yang mencerminkan kelompok usia mereka masing-masing, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Dengan kemampuannya menjangkau audiens yang luas, YouTube menjadi salah satu media yang populer untuk hiburan, edukasi, dan promosi.

Jadi, YouTube adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan berbagai video melalui fitur unggah, tonton, like, subscribe, dan komentar. Selain sebagai tempat berbagi konten, YouTube juga digunakan untuk pemasaran produk. Platform ini menarik berbagai kelompok usia, dengan konten yang disesuaikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan minat dan tema yang relevan dengan masing-masing kelompok usia.³⁸

d. Peran Media Sosial dalam Pembentukan Perilaku Konsumsi Irasional

Media sosial memiliki peran terhadap perilaku konsumsi irasional mahasiswa yaitu sebagai berikut:

1. Media sosial sebagai sumber informasi konsumsi

Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook kini menjadi sumber utama bagi mahasiswa dalam mencari informasi produk. Melalui konten visual, promosi, dan ulasan pengguna, mahasiswa lebih mudah mengenal berbagai barang dan jasa yang ditawarkan. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga menjadi referensi dalam pengambilan keputusan konsumsi.

2. Pengaruh konten promosi dan rekomendasi influencer

Konten promosi di media sosial, baik dari brand maupun influencer, memengaruhi minat konsumsi mahasiswa. Rekomendasi dari influencer sering dianggap lebih meyakinkan karena disampaikan secara personal. Hal ini membuat mahasiswa lebih tertarik mencoba produk yang mereka lihat digunakan oleh orang yang mereka percayai di media sosial.

³⁸ Sudung Simutupang, Efendi, Marisi Butarbutar, *Media Sosial Youtube dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian*, Vol. 8, No. 2, (2022). Hlm. 140

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Kemudahan transaksi di media sosial

Fitur seperti “belanja sekarang” dan “checkout langsung” memudahkan mahasiswa dalam melakukan pembelian. Proses yang cepat dan praktis mendorong mereka lebih sering melakukan konsumsi secara online melalui media sosial.

4. Korelasi penggunaan media sosial dengan belanja

Semakin sering mahasiswa menggunakan media sosial, semakin besar pula pengaruhnya terhadap pola konsumsi. Paparan terhadap berbagai konten produk dapat memicu keinginan untuk membeli, bahkan terhadap barang yang sebelumnya tidak direncanakan.

5. Faktor lain yang mempengaruhi

Selain media sosial, mahasiswa juga mempertimbangkan harga, kualitas produk, dan pelayanan saat memutuskan untuk membeli. Artinya, media sosial berperan penting, namun bukan satu-satunya faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi.³⁹

e. Indikator Media Sosial

Indikator intensitas penggunaan media sosial menurut Fikri et al dapat diukur dari beberapa aspek yang mencerminkan sejauh mana seseorang terlibat secara aktif dengan media sosial adalah:

1) Perhatian

³⁹ Andry Roy, *Peran Media Sosial Terhadap Pola Konsumen di Kalangan Milenial*, Vol. 1 No. 1, 2025. Hlm. 515

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perhatian adalah sejauh mana individu tertarik dan fokus pada konten yang ada di media sosial. Indikator ini mencerminkan seberapa besar pengaruh norma sosial atau harapan kelompok sosial dalam menarik perhatian individu terhadap objek atau informasi tertentu di media sosial.⁴⁰

2) Penghayatan

Penghayatan merujuk pada sejauh mana individu menyerap dan memahami informasi yang disajikan di media sosial. Ini mengarah pada pemahaman yang lebih dalam terhadap informasi atau nilai yang disampaikan, yang dapat memengaruhi sikap dan perilaku individu.

3) Durasi

Durasi merujuk pada lamanya waktu yang dihabiskan individu untuk berinteraksi dengan media sosial atau melakukan suatu aktivitas tertentu di platform tersebut.

4) Frekuensi

Banyaknya pengulangan tindakan yang menjadi target yang dihitung dalam kuran waktu satu hari.⁴¹

⁴⁰ Miftahul Fikri, Nurhamzah, Shofia Limas Erintania, *Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Akhlak Siswa di Sekolah*, Vol. 7. No 1 (2023). Hlm.28

⁴¹ Noval Achmad, *Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Pokrastinasi Akademik dalam Menyelesaikan Skripsi pada Mahasiswa*. Vol. 1, No. 2. 2022. Hal 97

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Efikasi Diri

a. Pengertian Efikasi Diri

Pengertian efikasi diri bandura menyatakan bahwa efikasi diri adalah keyakinan bahwa seseorang dapat merencanakan dan melaksanakan serangkaian langkah yang dianggap perlu untuk mencapai hasil yang diinginkan.⁴² Efikasi diri merupakan bagian dari pengetahuan diri (self-knowledge) yang memiliki pengaruh besar dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini karena keyakinan seseorang terhadap kemampuannya turut memengaruhi pilihan tindakan yang diambil untuk meraih tujuan, termasuk dalam memperkirakan berbagai situasi yang akan dihadapi.⁴³

Efikasi diri ini berkaitan dengan keyakinan pada seseorang terhadap kemampuannya, apabila seseorang memiliki rasa efikasi yang tinggi maka akan dapat melaksanakan tindakan sesuai dengan situasi yang sedang dihadapi, begitu juga dengan sebaliknya.⁴⁴ Mahasiswa yang memiliki efikasi diri yang tinggi memiliki keyakinan yang kuat untuk menghindari hal-hal yang negatif. Efikasi diri yang rendah akan mengakibatkan cenderung melakukan hal-hal negatif.⁴⁵ Efikasi diri dalam penelitian ini diartikan sebagai

⁴² Albert Bandura, *"Self-Efficacy In Changing Societies"*. (Cambridge: Cambridge University Press, 1995). Hlm. 2

⁴³ Nani Imaniyati, Dessy Alya Fadhilah, *Pengaruh Self Efficacy Terhadap Komunikasi Interpersonal*. Vol. 8. No. 2. Hlm. 220

⁴⁴ Suyanti, Rozikin, op. cit., hlm. 30

⁴⁵ Vivi Putri Lestari, Damajanti Kusuma Dewi, *Hubungan Efikasi Diri dan Kontrol Diri Dengan Prokrastinasi Skripsi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan*. Vol. 5. No 2 (2018). Hlm.5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keyakinan mahasiswa Pendidikan Ekonomi terhadap kemampuannya dalam mengelola dan mengontrol perilaku konsumsi irasional.

b. Fungsi Efikasi diri

1) Fungsi kognitif

Fungsi kognitif dari efikasi diri adalah mempengaruhi bagaimana individu menetapkan tujuannya.⁴⁶ Ini berkaitan dengan apa yang di pilih untuk dicapai oleh individu, dimana keyakinan terhadap kemampuan diri mempengaruhi cara seseorang menetapkan tujuan. Semakin seseorang merasa mampu, semakin besar pula usaha dan komitmen yang ditunjukkan untuk meraih tujuan tersebut. Sebaliknya, jika kurang percaya diri, individu cenderung menetapkan tujuan yang lebih rendah dan kurang berusaha untuk mencapainya . karena itu, efikasi diri berperan penting dalam mencapai apa yang diinginkannya.⁴⁷

2) Fungsi motivasi

Fungsi motivasi dalam diri individu berperan sebagai pendorong yang membantu mengarahkan pikiran dan tindakan menuju masa depan yang diharapkan.⁴⁸ Individu memotivasi

⁴⁶ Elia Firda Mufidah, Cindy Asli Pravesti, *Urgensi Efikasi Diri: Tinjauan Teori Bandura*, 2022. Hal, 33

⁴⁷ Nur Laili, Dewi Urip Wahyuni, *Efikasi Diri dan Perilaku Inovasi* (Sidoarjo: Indomedia Pustaka, 2018). Hlm. 31

⁴⁸ Elia Firda Mufidah, Cindy Asli Pravesti. Op.Cit. Hlm. 33

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dirinya sendiri dan mengarahkan tindakannya berdasarkan pemikiran-pemikiran yang telah dipertimbangkan sebelumnya. Keyakinan terhadap kemampuan diri (efikasi diri) turut memengaruhi tingkat motivasi, termasuk dalam hal penetapan tujuan pribadi, besarnya usaha yang dilakukan, serta sejauh mana individu mampu bertahan menghadapi tantangan.⁴⁹

3) Fungsi afeksi

Fungsi afeksi merujuk pada kemampuan individu dalam merespons dan mengelola kondisi emosional, seperti stress atau kesedihan.⁵⁰ Persepsi efikasi diri seseorang terhadap kemampuannya dalam mengendalikan sumber stress berpengaruh terhadap Tingkat kecemasan yang dirasakan. Individu yang memiliki efikasi diri tinggi cenderung lebih tenang dan tidak terfokus pada pikiran negatif, sedangkan individu dengan efikasi diri rendah lebih mudah merasa cemas, memandang situasi sebagai ancaman, dan sering kali membesar-besarkan masalah yang sebenarnya kecil.

4) Fungsi selektif

Fungsi selektif berkaitan dengan kemampuan individu dalam menentukan dan memfokuskan diri pada aktivitas atau tujuan yang dianggap penting dan sesuai dengan prioritas

⁴⁹ Nur Laili, Dewi Urip Wahyuni. Op. Cit. Hlm. 31

⁵⁰ Elia Firda Mufidah, Cindy Asli Pravesti. Op.Cit. Hlm. 33

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pribadinya.⁵¹ Efikasi diri mempengaruhi bagaimana individu merespons suatu peristiwa. Umumnya, individu akan menghindari aktivitas atau situasi yang dirasa melebihi kemampuan dirinya. Pilihan yang diambil berdasarkan keyakinan tersebut selanjutnya dapat meningkatkan keterlibatan dan usaha individu dalam menghadapi situasi tersebut.

c. Indikator Efikasi Diri

Adapun indikator efikasi diri menurut bandura yang dikutip dalam buku Laili dkk, dan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) *Generality*

Generality (generalitas), adalah sejauh mana seseorang merasa yakin bahwa suatu tindakan dapat dilaksanakan apabila ia percaya terhadap kemampuannya sendiri. Keyakinan ini dipengaruhi oleh sejauh mana individu memahami kapasitas dirinya, baik yang bersifat khusus pada aktivitas maupun dalam konteks situasi tertentu.

2) *Magnitude*

Magnitude (tingkat kesulitan), yaitu masalah yang berkaitan dengan derajat kesulitan yang dihadapi individu. Hal ini merujuk pada sejauh mana tingkat kesulitan suatu tugas memengaruhi keputusan individu untuk bertindak. Komponen ini

⁵¹ Nur Laili, Dewi Urip Wahyuni. Op. Cit. Hlm. 31

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menunjukkan bahwa individu cenderung memilih perilaku yang sesuai dengan Tingkat kesulitan yang diyakininya mampu diatasi. Sebaliknya, mereka akan menghindari aktivitas atau situasi yang di anggap melebihi kemampuan dirinya.

3) *Strenght*

Strength (kekuatan keyakinan), merujuk spada seberapa kuat individu meyakini kemampuannya dalam menjalankan sesuatu. Keyakinan yang tinggi akan mendorong individu untuk tetap berusaha dan sungguh-sungguh dalam mencapai tujuannya, sebaliknya, keyakinan yang lemah dan disertai keraguan terhadap kemampuan dirinya cenderung menghambat upaya dalam mencapai tujuan tersebut.⁵²

B. *Theory of planned behavior (TPB)*

Dalam kajian ini akan dijelaskan teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behavior*) yang akan menjadi teori dasar dalam penelitian ini. Teori ini menjelaskan bahwa keinginan seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan didasarkan pada keyakinan dan penilaian terhadap dampak yang mungkin dihasilkan dari perilaku tersebut. Dengan kata lain, jika seseorang meyakini bahwa hasil yang diperoleh akan bernilai positif, maka ia akan cenderung memiliki sikap positif terhadap perilaku

⁵² Laily Nur, Urip Dewi Wahyuni, Efikasi Diri dan Perilaku Inovasi (Sidoarjo: Indonesia Pustaka, 2018), Hlm. 30

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tersebut, begitu pula sebaliknya⁵³. Ada tiga komponen utama dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) yaitu

- 1) Sikap (*Attitude*): sikap terhadap suatu perilaku terbentuk dari keyakinan seseorang terhadap konsekuensi dari perilaku tersebut (*behavioral beliefs*). Jika seseorang yakin bahwa perilaku tertentu akan menghasilkan hasil yang positif, maka ia cenderung memiliki sikap positif terhadap perilaku tersebut, dan sebaliknya. Sikap juga mencakup aspek kognitif, afektif, dan perilaku yang memengaruhi respon individu terhadap suatu objek atau tindakan.
- 2) Norma Subjektif (*Subjective Norm*): Norma subjektif menggambarkan pengaruh sosial terhadap niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku. Hal ini berkaitan dengan kepercayaan individu tentang harapan orang lain yang signifikan, seperti keluarga, teman, atau kelompok tertentu, dan sejauh mana individu termotivasi untuk mematuhi harapan tersebut.
- 3) Kontrol Perilaku Persepsian (*Perceived Behavioral Control*): Kontrol perilaku persepsian mengacu pada sejauh mana seseorang merasa mampu atau memiliki sumber daya untuk melakukan perilaku tertentu. Faktor ini juga mencakup persepsi tentang hambatan atau kendala yang mungkin memengaruhi pelaksanaan perilaku.

⁵³ Nadhira Afdalia, Grace. T. Pontoh. *Theory Of Planned Behavior Dan Readiness For Change Dalam Memprediksi Niat Implementasi Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010*. Vol 1 No 2. 2014. Hal.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Theory of Planned Brhavior menjadi landasan yang relevan dalam penelitiann ini karena mampu menjelaskan bagaimana media sosial dan efikasi diri mempengaruhi perilaku konsumsi irasional mahasiswa. Menurut *Theory of Planned Brhavior* perilaku konsumsi Irasonal mahasiswa (Y) dalam penelitian ini diukur berdasarkan niat terhadap perilaku, norma subjektif, dan control prilau. Media sosial (X1) dapat meningkatkan paparan promosi dan dorongan sosial, yang kemudian mempengaruhi perilaku konsumsi Irasional. Semenatara itu efikasi diri (X2) berkaitan langsung dengan control prilaku, yaitu sejauh mana mahasiswa merasa mampu mengatur dan mengendalikan perilaku konsumsi irasonal mereka.

C. Penelitian Relevan

1. Penelitian yang dilakukan oleh Natalia et al yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumen Dikalangan Generasi Milenial di Surabaya”. Penelian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumen terhadap perilaku konsumen dikalangan ginerasi milenial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan kuesnioner sebagai bahan dalam pengumpulan data. Sampel yang diambil sebanyak 50 responden. Adapun analysis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linier berganda, dengan bantuan software SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial secara signifikan mempengaruhi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

39,2% perilaku konsumen. Hasil ini menunjukkan adanya hubungan antara media sosial dan pola konsumsi generasi milenial secara umum.⁵⁴

Persamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan analisis statistik seperti analisis regresi linier berganda dengan penggunaan kuesioner sebagai instrument dalam pengumpulan data. Penelitian keduanya menggunakan variabel independen yang sama yaitu media sosial.

Perbedaannya penelitian Natalia et al dengan penelitian ini yakni variabel media sosial dan efikasi diri, sedangkan penelitian sebelumnya hanya memfokuskan pada media sosial. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Pendidikan ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, sementara penelitian sebelumnya pada generasi milenial. Ukuran sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden sementara pada penelitian sebelumnya menggunakan 50 responden. Sedangkan sebelumnya berfokus pada perilaku konsumen secara umum, sedangkan penelitian ini lebih menekankan pada perilaku konsumsi irasional, yaitu perilaku membeli tanpa pertimbangan kebutuhan atau manfaat yang jelas.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Endang Suyanti dan Zainul Rozhikin, yang berjudul “Pengaruh Media Sosial dan Efikasi Diri Terhadap

⁵⁴ Natalia Dau Bere, Ajesika Laura Dekafrio, Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumen Dikalangan Generasi Milenial di Surabaya, Vol. 2, No 3. Hlm.438

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perilaku Konsumsi Siswa SMAN 3 Palangka Raya”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial dan efikasi diri terhadap perilaku konsumsi.⁵⁵ Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, variabel efikasi diri hanya berpengaruh sebesar 1,02% terhadap perilaku konsumsi. Sementara itu, media sosial memiliki pengaruh yang lebih besar, yaitu sebesar 5,86%. Penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan penulis yaitu, sama-sama menggunakan Teori Perilaku Terencana (TPB) dan juga memiliki indikator media sosial, efikasi diri, dan perilaku konsumsi yang sama. Namun, perbedaan terletak pada objek penelitian, di mana penelitian terdahulu dilakukan pada siswa dengan 509 responden, sedangkan penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi di UIN Suska Riau dengan 100 responden. Perbedaan ini memungkinkan eksplorasi konteks yang berbeda dan menjadi dasar untuk melihat apakah hasil yang sama akan diperoleh pada tingkat pendidikan dan lingkungan sosial yang berbeda. Perbedaan selanjutnya pada penelitian ini menyoroti perilaku konsumsi irasional, yaitu perilaku membeli tanpa pertimbangan kebutuhan atau manfaat yang jelas.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Faisal yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Pontianak”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media

⁵⁵ Suyanti, Rozikin, op. cit., hlm. 34

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Pontianak. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Pontianak⁵⁶. Persamaan Penelitian dengan penulis adalah sama-sama membahas media sosial yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi kalangan mahasiswa, penelitian ini juga sama-sama meneliti mahasiswa sebagai responden meskipun lokasi dan jumlah yang berbeda. Peneliti ini juga memiliki kesamaan indikator media sosial yaitu, Durasi, Frekuensi, Penghayatan, dan Perhatian. Perbedaan penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu populasi penelitian sebelumnya mahasiswa di Pontianak, sedangkan populasi penelitian peneliti ialah mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UIN Suska Riau. Selain itu, perbedaan penelitian sebelumnya hanya membahas media sosial terhadap perilaku konsumtif sedangkan penelitian peneliti membahas tentang media sosial, dan efikasi diri terhadap perilaku konsumsi irasional.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Dede Mustomi dan Aprilia Puspasari yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa bahwa media sosial tidak memiliki pengaruh

⁵⁶ Muhammad Faisal, *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Pontianak*. Vol. 7, No. 1, (2024). Hal 6259

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa⁵⁷ Adapun persamaan penelitian dengan penelitian penulis yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dan sama-sama meneliti dari kalangan mahasiswa. Perbedaan sebelumnya yaitu penelitian sebelumnya hanya membahas media sosial terhadap perilaku konsumtif, sedangkan penelitian peneliti membahas tentang media sosial, dan efikasi diri terhadap perilaku konsumsi irasional mahasiswa. Selain itu penelitian peneliti ini juga secara khusus menyoroti aspek perilaku konsumsi irasional, seperti kecenderungan membeli barang yang tidak dibutuhkan. Atau melebihi kemampuan mahasiswa yang belum di bahas dalam penelitian sebelumnya.

D. Konsep Operasional

Konsep operasional disusun untuk memberikan batasan yang jelas terhadap konsep teoritis agar tidak terjadi kesalahpahaman dan dapat diukur secara tepat di lapangan. Dalam penelitian ini, variabel yang dioperasionalkan terdiri dari variabel independen (X1 dan X2) dan variabel dependen (Y). Variabel independen terdiri dari penggunaan media sosial (X1) dan efikasi diri (X2), sedangkan variabel dependen yaitu perilaku konsumsi Irasional (Y).

⁵⁷ Dede Mustomi, *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa*, Vol.4. No.1. (2024). Hlm. 146

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Variabel Independen (X1): Media Sosial

Variabel penggunaan media sosial (X1) dalam penelitian ini menggambarkan sejauh mana mahasiswa menggunakan media sosial dalam aktivitas sehari-harinya yang berhubungan dengan promosi produk. Adapun indikator-indikator penggunaan media sosial yaitu:

1) Perhatian

- a) Tertarik pada informasi produk yang di promosikan di media sosial.

Mahasiswa cenderung tertarik pada informasi yang menarik tentang produk yang di promosikan di media sosial.

- b) Memusatkan perhatian pada produk yang di tawarkan di media sosial.

Mahasiswa sering memusatkan perhatian pada produk yang ditawarkan di media sosial.

2) Durasi

- a) Menghabiskan waktu melihat produk di media sosial.

Mahasiswa sering menghabiskan waktu untuk melihat berbagai produk yang dijual di media sosial.

- b) Lebih banyak waktu mencari produk melalui media sosial.

Mahasiswa cenderung lebih banyak menghabiskan waktu di media sosial untuk mencari informasi tentang produk dibandingkan mencarinya dari sumber lain.

3) Frekuensi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a) Membuka media sosial secara berulang kali untuk melihat produk.

Mahasiswa sering membuka media sosial secara berulang untuk melihat produk-produk yang ditawarkan.

- b) Melihat konten influencer berkali-kali dalam sehari.

Mahasiswa sering melihat konten influencer di media sosial beberapa kali dalam sehari mengenai suatu produk.

4) Penghayatan

- a) Tertarik membeli setelah melihat ulasan produk di media sosial.

Mahasiswa cenderung merasa tertarik untuk membeli produk setelah melihat ulasannya di media sosial.

- b) Tergoda membeli produk karena sering melihatnya di media sosial,

Mahasiswa merasa tergoda untuk membeli produk yang sering mereka lihat di media sosial.

2. Variabel Independen (X2): Efikasi Diri

Variabel efikasi diri (X2) dalam penelitian ini menggambarkan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengontrol dan mengelola perilaku konsumsi irasional. Indikator efikasi diri dalam penelitian ini adalah:

1) *Generality* (Generalisasi)

- a) Mampu mengendalikan diri dari godaan produk di media sosial.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Mahasiswa merasa mampu mengendalikan diri untuk tidak membeli produk yang tidak mereka butuhkan, meskipun banyak tawaran menarik di media sosial.

- b) Yakin mampu mengelola keuangan meski terpapar iklan produk. Mahasiswa yakin dapat mengelola keuangan secara bijak, meskipun sering tergoda dengan berbagai produk yang dipromosikan di media sosial.

2) *Magnitude* (Tingkat kesulitan)

- a) Percaya diri dalam membuat keputusan pembelian berdasarkan informasi dari media sosial.

Mahasiswa merasa mampu membuat keputusan yang tepat mengenai produk yang akan dibeli berdasarkan informasi yang mereka dapatkan di media sosial.

- b) Percaya diri dalam mengambil keputusan setelah melihat ulasan produk.

Mahasiswa merasa percaya diri dalam mengambil keputusan pembelian setelah mengevaluasi ulasan produk yang dilihat di media sosial.

3) *Strength* (Kekuatan keyakinan)

- a) Percaya diri menahan godaan membeli produk yang tidak dibutuhkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Mahasiswa percaya diri dalam menahan godaan untuk membeli produk yang tidak mereka butuhkan setelah melihatnya di media sosial.

- b) Mampu menahan diri meski sering melihat iklan menarik di media sosial.

Mahasiswa merasa dapat menahan diri untuk tidak membeli produk, meskipun mereka sering melihat iklan menarik di media sosial.

- c) Mampu konsisten pada keputusan untuk tidak membeli produk yang tidak dibutuhkan.

Mahasiswa merasa mampu untuk tidak membeli produk yang mereka lihat di media sosial jika sebelumnya mereka telah memutuskan bahwa mereka tidak membutuhkannya.

3. Variabel Dependen (Y): Perilaku Konsumsi Irasional

Variabel perilaku konsumsi irasional (Y) menggambarkan kecenderungan mahasiswa dalam melakukan pembelian produk setelah melihat promosi di media sosial. Indikator-indikator dalam variabel ini adalah

- 1) Sikap terhadap perilaku
 - a) Mahasiswa merasa bahwa membeli produk yang dipromosikan di media sosial bisa menjadi pilihan yang baik, meskipun mereka tidak membutuhkannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

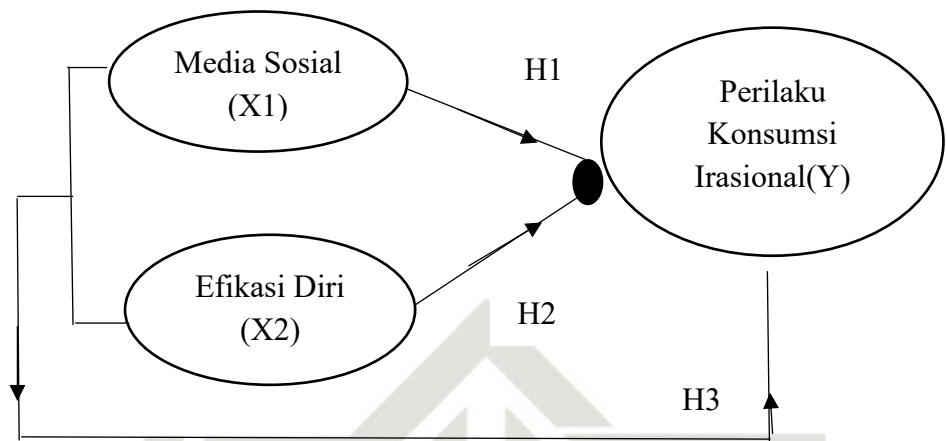
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b) Mahasiswa cenderung merasa tertarik untuk membeli produk yang dipromosikan di media sosial, meskipun mereka tidak benar-benar membutuhkan produk tersebut.
 - c) Mahasiswa sering merasa tergoda untuk membeli produk yang menarik perhatian mereka di media sosial, meskipun mereka tidak memerlukannya.
- 2) Norma subjektif
- a) Mahasiswa merasa bahwa teman-teman mereka akan mendukung keputusan mereka jika membeli produk yang dilihat di media sosial.
 - b) Mahasiswa merasa bahwa membeli produk di media sosial merupakan tren yang sebaiknya diikuti oleh semua orang.
- 3) Kontrol perilaku
- a) Mahasiswa merasa kesulitan untuk mengontrol diri agar tidak membeli produk hanya karena melihat iklannya di media sosial.
 - b) Mahasiswa merasa kesulitan untuk menunda atau membatalkan keputusan pembelian setelah melihat produk yang dipromosikan di media sosial.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 2.1 Kerangka Operasional

E. Asumsi dan Hipotesis Penelitian

1. Asumsi

Asumsi pada penelitian ini adalah media sosial dan efikasi diri berpengaruh terhadap perilaku konsumsi irasional.

2. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka operasional di atas maka penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut:

H1 = Ha : Media Sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumsi irasional mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

H0 : Media Sosial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumsi irasional mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

H2 = Ha : Efikasi Diri berpengaruh terhadap perilaku konsumsi irasional mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Ho : Efikasi Diri tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumsi irasional mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

H3 = Ha : Media Sosial dan Efikasi Diri berpengaruh terhadap perilaku konsumsi irasional mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau secara simultan

= Ho : Media Sosial dan Efikasi Diri berpengaruh terhadap perilaku konsumsi irasional mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau secara simultan

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kuantitatif. Penelitian ini adalah korelasi yang dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Media Sosial, dan Efikasi Diri terhadap Perilaku Konsumsi irasional Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Penelitian kuantitatif merujuk pada penelitian yang mengkaji hubungan antar variabel guna menguji suatu teori.⁵⁸

Adapun penelitian ini bersifat kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kuantitatif yang diangkakan.⁵⁹ Penelitian ini berbasis teori dan diuji melalui teknik analisis yang mengukur variabel penelitian secara numerik dan menggunakan alat statistik.

B. Waktu dan tempat penelitian

Penelitian ini dilakukan di semester genap tahun ajaran 2024/2025. Sedangkan tempat pelaksanaan penelitian ini di Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang berlokasi di Jl. HR. Soebrantas Km 15 No 155 Simpang Baru Panam.

⁵⁸ Hildawati, Lalu Suhirman, Bayu Fitra Prisuna, Liza Husnita, Budi Mardikawi, *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif & Aplikasi Pengolahan Analisa Data Statistik*. (Jambi : PT. Sempedia Punlishing Indonesia : 2024). Hlm. 5-6

⁵⁹ Imam Machaki, Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta., 2021), hlm. 23

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Subjek dan objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa aktif Tahun ajaran 2024/2025 semester genap program studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Objeknya dalam penelitian ini adalah Pengaruh Media Sosial dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Konsumsi irasional.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian⁶⁰. Populasi mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya . dalam penelitian ini, populasinya adalah seluruh mahasiswa program studi Pendidikan ekonomi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang aktif angkatan 2021-2024 pada tahun ajaran 2024/2025. Populasi ini dipilih karena masih berada dalam masa studi aktif dan relevan dengan penelitian tentang media sosial dan efiaksi diri. Dengan mengambil sampel dari beberapa Angkatan, penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih luas tentang pola konsumsi mahasiswa.

⁶⁰ Muhammad Ramdhan, *Metode Penelitian*, (Surabaya, Cipta Media Nusantara (CMN), (2021): 14'

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Sampel

Sampel adalah Sebagian dari populasi. Mahasiswa semester 2, 4, 6 dan 8 Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau sampel responden pada penelitian ini dengan menggunakan Teknik penarikan sampel *Purposive Random sampling* yaitu mahasiswa aktif program studi Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penentuan besaran sampel diambil dengan menggunakan rumus Krejcie dan Morgan. Maka pada penelitian menggunakan 169 sampel.⁶¹ Sampel Pada penelitian ini adalah 169 mahasiswa semester 2, 4, 6 dan 8 Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Kuisioner/Angket

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah sumber data penelitian yang berasal langsung dari sumber aslinya, berupa wawancara, angket pendapat individu tau kelompok, observasi terhadap objek atau peristiwa, hasil tes, dan lain-lain.⁶²

⁶¹ Augusty Ferdinand, Metide Penelitian Manajemen, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014)123

⁶² Anita Sari, Dahlan, Ralph August Nicodemus, *Dasar-dasar metodologi Penelitian* (Mayapura: Angkasa Pelangi: 2023). Hlm 98

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Angket atau kuesioner yaitu suatu alat riset atau survey yang terdiri atas serangkaian pertanyaan tertulis, bertujuan mendapatkan tanggapan dari kelompok orang terpilih melalui wawancara pribadi, atau biasa disebut juga sebagai daftar pertanyaan⁶³. Kuesioner akan disebar ke mahasiswa universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Jurusan Pendidikan Ekonomi sebanyak 169 mahasiswa.. Kuesioner akan terdiri dari pertanyaan terstruktur yang dirancang untuk mengukur tingkat Media sosial, efikasi diri dan perilaku konsumsi irasional, responden, skala penilaian digunakan untuk mengukur tingkat keyakinan, atau tingkat minat terkait dengan pertanyaan yang diberikan.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data penelitian melalui sejumlah dokumen, baik berupa dokumen tertulis maupun dokumen terekam. Dokumen tertulis dapat berupa arsip, catatan harian, Kumpulan surat pribadi. Sementara dokumen terekam dapat berupa film, kaset rekaman, dan foto.⁶⁴

F. Teknik Analisis Data**1. Uji Kualitas Data****a. Uji Validitas**

⁶³ Hartono, *Analisis Item Instrumen*, (Pekanbaru: Zanafra Publishing, 2010), Hal. 94

⁶⁴ Annita Sari, Dahlan, , Ralph August Nicodemus. *Op. Cit* Hlm. 105

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian mampu mengukur variabel penelitian dengan baik agar mendapatkan hasil yang sesuai. Penguji validasi ingin mengetahui tingkat reliabilitas atau validitas (presisi) suatu alat pengukuran. Dalam penelitian ini, validitas dapat ditentukan dengan melakukan analisis faktor, yaitu dengan mengkorelasikan skor instrumen dengan skor total. Hal ini terjadi dengan korelasi product moment. Rumus yang bisa digunakan.⁶⁵

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Dengan N adalah jumlah sampel, atau responden yang diberikan kuesioner, X adalah skor jawaban dari responden dan Y adalah jumlah skor total. Skor total adalah jumlah dari jawaban responden dari masing-masing pertanyaan.

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan $\alpha = 0.05$) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan Valid)
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (Uji 2 sisi dengan $\alpha = 0.05$) atau r_{hitung} negatif, maka instrumen atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

⁶⁵ Abdul Muin, *buku Metode Penelitian Kuantitatif*, (Malang: Literasi Nusantara Abadi, 2023), Hal. 61

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun hasil uji validitas kuesioner ketiga variable yang diteliti disajikan pada table tersebut:

Tabel III. 1
Uji Validitas

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,294	0,361	Tidak Valid
X1.2	0,736	0,361	Valid
X1.3	0,728	0,361	Valid
X1.4	0,641	0,361	Valid
X1.5	0,821	0,361	Valid
X1.6	0,786	0,361	Valid
X1.7	0,862	0,361	Valid
X1.8	0,791	0,361	Valid
X1.9	0,867	0,361	Valid
X2.1	0,746	0,361	Valid
X2.2	0,797	0,361	Valid
X2.3	0,833	0,361	Valid
X2.4	0,845	0,361	Valid
X2.5	0,866	0,361	Valid
X2.6	0,884	0,361	Valid
X2.7	0,833	0,361	Valid
Y1	0,712	0,361	Valid
Y2	0,782	0,361	Valid
Y3	0,866	0,361	Valid
Y4	0,937	0,361	Valid
Y5	0,892	0,361	Valid
Y6	0,847	0,361	Valid
Y7	0,783	0,361	Valid

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti, 2025

Dari Tabel III.2 di atas maka terlihat bahwa nilai koefisien korelasi (r_{hitung}) dari setiap butir pertanyaan masing-masing variable lebih besar dari nilai r_{table} 0,361. Hasil pengujian ini menunjukkan hanya satu butir pernyataan yang tidak valid, yaitu butir X1 no 1, memiliki nilai r_{hitung} lebih kecil dari r_{table} sehingga dinyatakan tidak valid. Oleh karena itu, butir tersebut

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

deikeluarkan dari instrumen penelitian. selebihnya Valid dan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur keakuratan instrumen atau keteguhan siswa dalam menjawab alat pertanyaan. Alat evaluasi (instrumen) cocok bila memiliki keandalan yang tinggi. Untuk mengetahui apakah suatu tes mempunyai reliabilitas tinggi, sedang, atau rendah dapat dicari rumusnya dari nilai koefisien reliabilitas dengan rumus. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.⁶⁶

$$r_{11} = \left[\frac{n}{n-1} \right] \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} : Koefisien reliabilitas

s_i : Standar deviasi butir ke-i

s_t : Standar deviasi skor total

N : Jumlah soal tes yang diberikan

Jika harg r_{11} lebih tinggi dari tabel, instrumen tersebut dianggap dapat diandalkan. Uji reliabilitas instrumen pada penelitian ini dihitung dengan membandingkan hasil perhitungan metode alfa

⁶⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kulitatif dan R&D*.(Bandung: Alfabeta: 2010). Hlm173

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Cronbach dengan menggunakan program SPSS. Jika hasil perhitungan lebih besar dari 0,6 maka instrumen dianggap reliabel. Menurut Sekaran Priyatno, reliabilitas kurang dari 0,6 adalah buruk, reliabilitas 0.7 dapat diterima, dan lebih dari 0,8 adalah baik⁶⁷

Tabel III.2
Hasil Uji Reliabilitas Kuedioner Penelitian

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Nilai Kritis	Keterangan
Media Sosial	0,895	0,6	Reliabel
Efikasi Diri	0,924	0,6	Reliabel
Perilaku Konsumsi Irasional	0,922	0,6	Reliabel

Sumber : Olah Data Peneliti, 2025

Dari tabel III.3 di atas dapat diketahui bahwa seluruh nilai reliabilitas telah melebihi 0,6 yaitu variabel media sosial sebesar 0,895, Efikasi diri sebesar 0,924, dan Perilaku konsumsi irasional sebesar 0,922, hasil ini menunjukkan bahwa seluruh variabel adalah reliabel.

c. Perbahan Data Ordinal Menjadi Data Interval

Menganalisis suatu tindakan yang signifikan dalam analisis statistik menggunakan regresi linier berganda. Maka data yang digunakan adalah data interval. Langkah-langkah dalam mengubah data ordinal menjadi interval rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$T_i = 50 + 10 \frac{X_i - X}{SD}$$

Keterangan :

X_i : Variabel dan data ordinal

⁶⁷ M. Nizar Al Rasyid, Hubungan Kompetensi Terhadap Motivasi Karyawan Pada Teknik Akamigas Palembang. Vo. 15(2016) Hlm. 117

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X : Mean (rata-rata)

SD : Standar Deviasi⁶⁸

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik bertujuan untuk menganalisis apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian merupakan model terbaik. Jika modelnya bagus, maka hasil analisis regresi layak digunakan sebagai rekomendasi pengetahuan atau untuk tujuan pemecahan masalah praktis. Adapun pengujian asumsi klasik adalah:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan menggunakan SPSS bertujuan untuk menguji apakah variabel terikat dan bebas suatu model regresi mempunyai distribusi normal. Dasar pengambilan keputusan dalam deteksi normalitas adalah jika data merambat sepanjang diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Pengambilan keputusan mengenai normalitas yaitu:

1. Jika $p < 0.05$ maka distribusi data tidak normal
2. Jika $p > 0.05$ maka distribusi data normal

b. Uji Multikolenieritas

Uji multikolenieritas digunakan untuk mengetahui apakah dalam regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi antara

⁶⁸ Hartono. Op.Cit. Hlm. 115.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

variabel bebas dengan variabel terikat. Uji multikolenieritas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya variabel indenpenden yang memiliki kemiripan antar variabel indenpenden dalam suatu model.⁶⁹ Model regresi yang baik seharusnya idak terjadi korelasi antara variable terikat dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai Value Inflation Factor (VIF) > 10 maka terjadi masalah pada multikolinieritas
2. Jika nilai Value Inflation Factor (VIF) < 10 maka tidak terjadi masalah pada multikolinieritas
3. Jika nilai Tolerance $> 0,10$ maka tidak terjadi masalah pada multikolinieritas.
4. Jika nilai Tolerance $< 0,10$ maka terjadi masalah pada multokolinieritas

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedatisitas dugunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi dugunakan untuk mengetahui apakah terjadi atau tidak terjadi Heteroskedatisitas analisis yang dilakukan yaitu dengan menggunakan metode grafik dan metode scatterplot. Adapun dasar analisis sebagai berikut:

⁶⁹ Mintarti Indartini Mutamainah, Analsis Data Kuantitatif, (Jawa Tengah: Lakeisha: 2024.)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, lalu menyempit) maka mengidentifikasi telah terjadi Heteroskedastisitas.
2. Jika tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas⁷⁰

3. Analisis Regresi Berganda

Dalam penelitian ini, variable indenpenden adalah literasi media sosial (X1), Efikasi diri (X2). Sedangkan variable dependennya adalah perilaku konsumsi irasional (Y). regresi adalah suatu metode untuk menentukan sebab dan akibat antara satu variable dengan variabel-variabel lainnya. Secara uum rumus regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana :

- Y : Perilaku Konsumsi irasional
 A : Konstanta
 B : Koefisien Regresi
 X1 : Media Sosial
 X2 : Efikasi Diri
 e : Standar Error

⁷⁰ Ibid hlm 24

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Pengujian uji t digunakan untuk menguji setiap variabel bebas atau indenpenden variabel, apakah variabel Media Sosial (X1), dan Efikasi Diri (X2), mempunyai pengaruh serta sinifikan terhadap variabel terikat atau indenpenden variebl Perilaku Konsumsi Irasional (Y). Uji t yang digunakan dalam penelitian ini berfungsi untuk menguji signifikan korelasi sederhana apakah variabel bebas secara parsial atau individual mempunyai hubungan signifikan atau sebaliknya terhadap variabel terikat. Rumus yang digunakan pada uji t adalah sebagai beikut

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana :

- t : Nilai t hitung
 r : Koefisien korelasi
 n : Banyaknya sampel

Pengambilan keputusan dalam uji t dapat dilakukan sengan cara sebagai berikut:

1. Bentuk Pengujian

- a. $H_0: = 0$ artinya tidak terdapat hubungan/pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. $H_a: \neq 0$ artinya terdapat hubungan atau pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Kriteria pengambilan Keputusan

H_0 diterima jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ Pada $\alpha = 5\%$ $df = n -$

H_0 ditolak apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$

2. Menentukan nilai t table

Menentukan taraf nyata atau level of significant, $\alpha = 0,05$ atau 0.01 derajat. Bebas (df) dalam distribusi F ada dua, yaitu:

df penyebut = $df_n = df_l = k$

df pembilang = $df_d - df_2 = n - k$

$$Df = 169 - 3 = 166$$

dimana :

d : degree of freedom/ derajat kebebasan

n : jumlah sampel

k : banyaknya koefisien regresi

Untuk menentukan daerah keputusan, yaitu

- a. $H_0: \rho = 0$ artinya terdapat hubungan/pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat
- b. $H_a: \rho = 0$ artinya terdapat hubungan/pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

$$Df = 169 - 3 = 166$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Koefisien Determinansi

Koefisien determinasi, yang umumnya disimbolkan dengan R^2 , pada dasarnya digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai R^2 dalam model regresi cenderung kecil atau mendekati nol, maka hal itu menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sangat rendah. Sebaliknya, semakin mendekati angka 100%, maka semakin besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.⁷¹

Dalam penggunaannya, koefisien determinasi ini dinyatakan dalam persentase (%) dengan rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$D = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

D = Determinasi

R = Nilai korelasi

100% = persentase kontribusi

c. Uji F (Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan secara serentak apakah variabel bebas atau indenpenden variabel (X1) mempunyai pengaruh yang positif atau negative, serta signifikan terhadap

⁷¹ Syafrida Hafni Sahir, Metodologi Penelitian (Jogjakarta: KBM Indonesia: 2021) Hlm.

variabel terikat atau dependen variabel (Y). Untuk menguji signifikan koefisien kolerasi ganda dapat dihitung dengan menggunakan uji F hitung > dari F table maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa variabel besar berpengaruh terhadap variabel bebas pada penelitian tersebut, sedangkan apabila nilai F hitung < F tabel maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Kriteria pengambilan Keputusan uji F:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ berarti H_0 ditolak artinya adalah bahwa variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
2. Jika $F < F_{tabel}$ berarti H_0 diterima adalah bahwa variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dipaparkan tentang pengaruh media sosial dan efikasi diri terhadap perilaku konsumsi irasional, maka dapat di tarik kerimpulan sebagai berikut:

1. Media sosial berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumsi irasional mahasiswa Pendidikan Ekonomi UIN Suska Riau. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial maka semakin tinggi perilaku konsumsi mahasiswa Pendidikan ekonomi uin suska riau.
2. Efikasi diri berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumsi irasional mahasiswa Pendidikan Ekonomi UIN Suska Riau. Hal ini mengindikasi bahwa semakin tinggi efikasi diri semakin tendah perilaku konsumsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi UIN Suska Riau. Temuan ini menunjukkan bahwa keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan diri dalam mengelola perilaku konsumsi memiliki dampak yang besar terhadap bagaimana mereka mengambil keputusan konsumsi.
3. Media sosial dan efikasi diri secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi irasional mahasiswa Pendidikan Ekonomi UIN Suska Riau. Hasil ini menegaskan bahwa perilaku

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsumsi mahasiswa dipengaruhi oleh faktor eksternal (media sosial) dan faktor internal (efikasi diri) secara bersama-sama.

4. Theory of Planned Behavior (TPB) bisa diterapkan untuk menjelaskan pengaruh media sosial dan efikasi diri terhadap perilaku konsumsi irasional mahasiswa.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan Kesimpulan, penulis memberikan beberapa saran yang berkaitan dengan hasil penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Perluas Cakupan Populasi dan Sampel

Penelitian kedepannya sebaiknya melibatkan mahasiswa dari berbagai program studi dan universitas. Dengan cakupan yang lebih luas, hasil penelitian akan lebih responsif dan bisa di aplikasikan secara umum.

2. Implikasi Bagi Mahasiswa

Disarankan agar mahasiswa meningkatkan kesadaran diri akan pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumsi irasional dan mengembangkan strategi pengelolaan diri dalam menggunakan media sosial, seperti menetapkan batasan waktu dan memilih konten yang mendukung pengembangan diri, serta memperkuat efikasi diri dengan menetapkan tujuan keuangan yang realistis, membuat perencanaan anggaran, dan secara konsisten

mengevaluasi keputusan pembelian, serta membedakan antara kebutuhan dan keinginan dalam konsumsi.

3. Implikasi Bagi Dosen dan Program Studi Pendidikan Ekonomi

Dosen diharapkan dapat mengintegrasikan materi tentang literasi media sosial, memberikan contoh dan strategi praktis tentang pengelolaan pengaruh media sosial dan peningkatan efikasi diri dalam konteks keuangan, serta mendorong diskusi kritis mengenai tren konsumsi dan dampaknya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N., & Dewi, D. K. (2022). Hubungan intensitas penggunaan media sosial terhadap prokrastinasi akademik pada mahasiswa yang menyelesaikan skripsi. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 7(9), 96–106.
- Ahalia, N., Pontoh, G. T., & Kartini. (2014). Theory of Planned Behavior dan Readiness for Change dalam Memprediksi Niat Implementasi Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 18(2), 10–17.
- Abani, A. A., Putri, F. S., Maulita, I., & Susanti, F. (2025). Gambaran perilaku konsumtif mahasiswa yang memanfaatkan aplikasi TikTok. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 4(1), 548–553.
- Bandura, A. (Ed.). (1995). *Self-efficacy in changing societies*. Cambridge University Press.
- Bere, N. D., Dekafrio, A. L., Kusmayati, N. K., & Kurniawati, Y. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumen Dikalangan Generasi Milenial Di Surabaya. *TEKNOBIS : Teknologi, Bisnis Dan Pendidikan*, 2(3), 430–438.
- Daliyah, R., & Patrikha, F. D. (2020). Analisis perilaku konsumsi pengguna aplikasi e-money pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 946–952.
- Devant, M. N., & Riofita, H. (2025). Strategi pemasaran dengan memanfaatkan fitur TikTok live streaming sebagai media promosi untuk minat konsumen. *Pediaqu: Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, 4(1), 501–506.
- Durandt, D. C., & Wibowo, D. H. (2021). Hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif pakaian pada remaja akhir. *Humanlight Journal of Psychology*, 2(2), 1–12.
- Endi, M. R., Wahyuni, S., & Zulianto, M. (2018). Pengaruh Facebook sebagai social media marketing terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Studi kasus pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember). *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*, 12(1), 82–87.
- Faisal, M. (2024). Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Pontianak. *Journal on Education*, 7(1), 6255–6260.
- Fitrah, A. N., Iqlima, N. N., & Bilqis, Q. N. (2024). Peran sosial media Instagram sebagai media komunikasi bisnis dalam peningkatan penjualan brand “Sevatu” di Tasikmalaya. *Jurnal Kajian dan Penelitian Umum*, 2(6), 24–32.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen* (Edisi ke-5). Semarang: Universitas Diponegoro
- Fekri, M., Nurhamzah, & Erintania, S. L. (2023). Intensitas penggunaan media sosial Instagram terhadap akhlak siswa di sekolah. *Jurnal Perspektif*, 7(1), 23–33.
- Hamirul, Zulkifli, Alhidayat, N., & Elsyra, N. (2022). Viral dulu, usut kemudian! (Studi tentang kontrol sosial melalui media sosial). *Jurnal Pendidikan Dasar dan Sosial Humaniora (JPDSH)*, 1(3), 521–526.
- Hartono. (2015). *Analisis item instrumen*. Zanafa Publishing.
- Hermila, A., Ashari, S. A., Bau, R. T. R. L., & Suhada, S. (2023). Eksplorasi intensitas penggunaan sosial media (Studi deskriptif pada mahasiswa Teknik Informatika UNG). *INVERTED: Journal of Information Technology Education*, 3(2), 167–175.
- Hildawati, Suhirman, L., Prisuna, B. F., Husnita, L., Mardikawati, B., Ismailni, S., Wakhyyudin, Setiawan, P., Hadiyat, Y., Sroyer, A. M., & Saktisyahputra. (2024). *Buku ajar metodologi penelitian kuantitatif & aplikasi pengolahan analisa data statistik*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hunaifi, N., Mauliana, P., Firmansyah, R., Komalasari, Y., Sulastriningsih, R. D., & Dewi, S. W. K. (2024). Dampak media sosial terhadap perilaku konsumtif remaja di era digital. *Tabsyir: Jurnal Dakwah dan Sosial Humaniora*, 5(3), 161–174.
- Isnaniyati, N., & Fadhilah, D. A. (2023). Pengaruh self efficacy terhadap komunikasi interpersonal. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*, 8(2), 217–228.
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). *Analisis data kuantitatif: Uji instrumen, uji asumsi klasik, uji korelasi dan regresi linier berganda*. Penerbit Lakeisha.
- Irfan, N. F., Latiep, I. F., & Fatma, N. (2021). Analisis keputusan pembelian produk menggunakan persepsi harga dan kualitas produk. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(2), 533–540.
- Khairinal, K., & Muazza, M. (2019). *Ilmu ekonomi dalam PLP*. Salim Media Indonesia.
- Khasanah, N. M., & Supriyanto, A. (2022). Minat beli produk halal Samyang Food ditinjau dari Theory of Planned Behavior pada generasi Muslim di Kabupaten Kudus. *Amkop Management Accounting Review (AMAR)*, 2(1), 28–41.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Karishananto, R., & Adriansyah, M. A. (2021). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial Instagram dan konformitas terhadap perilaku konsumtif di kalangan Generasi Z. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(2), 323–336.
- Laily, N., & Wahyuni, D. U. (2018). *Efikasi diri dan perilaku inovasi*. Sidoarjo: Indomedia Pustaka.
- Lestari, V. P., & Dewi, D. K. (2018). Hubungan efikasi diri dan kontrol diri dengan prokrastinasi skripsi pada mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 5(3), 1–6.
- Lukiani, E. R. M., Rizka, A. N., Afandi, T. Y., Arifin, Z., Surindra, B., Irmayanti, E., & Wahyu, E. (2021). Pengaruh Instagram dalam membentuk perilaku konsumtif pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Kewirausahaan*, 1(1), 1–7.
- Machali, I. (2021). *Metode penelitian kuantitatif: Panduan praktis merencanakan, melaksanakan, dan analisis dalam penelitian kuantitatif* (Cet. 3). Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Mahyarni. (2013). Theory of reasoned action dan theory of planned behavior: Sebuah kajian historis tentang perilaku. *Jurnal El-Riyasah*, 4(1), 13–23.
- Melinda, Lesawengen, L., & Waani, F. J. (2022). Perilaku konsumtif dan kehidupan sosial ekonomi mahasiswa rantau: Studi kasus mahasiswa Toraja di Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 1–12.
- Mufidah, E. F., Pravesti, C. A., & Farid, D. A. M. (2022). Urgensi efikasi diri: Tinjauan teori Bandura. *Prosiding Seminar & Lokakarya Nasional Bimbingan dan Konseling, PD ABKIN Jatim & UNIPA Surabaya*, 30–35.
- Muin, A. (2023). *Metode penelitian kuantitatif*. Literasi Nusantara Abadi.
- Mustomi, D., & Puspasari, A. (2020). Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Cermin: Jurnal Penelitian*, 4(1), 133–147.
- Nugraha, J. P., Aliah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, M., Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Beribe, M. F. (2021). *Teori perilaku konsumen* (A. Jibril, Ed.). PT. Nasya Expanding Management.
- Prilla, I. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam mengelola keuangan. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01(01), 136–144.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Panjaitan, G. M., & Simanjuntak, M. (2024). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen Gen Z: Analisis strategi brand awareness, loyalitas, dan organisasi pemasaran. *Spektrum Ekonomi*, 7(12), 194–206.
- Pohan, A. H., Ulfa, I. J., Diniaty, A., & Asra, Y. K. (2024). Peran modeling dalam pembentukan perilaku: Perspektif sosial belajar (Albert Bandura). *Jurnal Kajian Ilmu Psikologi*, 8(12), 48–56.
- Perbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Purwanti, N., & Puwanro, N. (2022). *Theory of Planned Behavior*. Malang: Literasi Nusantara Abadi.
- Putri, A. A., Respita, R., & Astuti, W. (2024). Pengaruh media sosial dan efikasi diri terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 8 Padang. *Ekasakti Educational Scientific Journal (EESJ)*, 2(2), 135–148.
- Putri, M. S., & Riofita, H. (2024). Pengaruh media sosial dalam mengoptimalkan pemasaran dan penjualan. *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pembelajaran*, 6(3), 272–278.
- Rahmani, P. I. (2019). Pengaruh perilaku konsumtif dan country of origin terhadap keputusan pembelian kosmetik (Studi pada wanita bekerja di wilayah Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 507–515.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Regar, A. B., Baroleh, J., & Rengkung, L. R. (2015). Karakteristik konsumen produk roti Cella Bakery dan Holland Bakery di Manado. *ASE*, 11(3A), 57–74.
- Riofita, H., & Dimasadra, W. (2022). Strengthening social media capabilities to improve private Islamic higher education marketing performance. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 4(2), 110–125.
- Risyidi, S. (2017). Pengantar teori ekonomi: Pendekatan kepada teori ekonomi mikro & makro (Edisi revisi). Rajawali Pers, PT RajaGrafindo Persada.
- Roy, A. R. P. S. (2025). Peran media sosial terhadap pola belanja konsumen di kalangan milenial. 19(1), 510–516.
- Sahir, Syafrida Hafni. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia.
- Saputra, R., & Pulungan, F. A. P. (2024). Proyek pemasaran digital di sosial media dan e-commerce melalui pembuatan content marketing dan advertising

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

campaign untuk meningkatkan brand awareness Racabel. Maeswara: *Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(5), 149–163.

Sari, A., Rahlan, T., Tuhumury, R. A. N., Prayitno, Y., Siegers, W. H., Supiyanto, S., & Werdhani, A. S. (2023). *Dasar-dasar metodologi penelitian*. Angkasa Pelangi.

Simatupang, S., Efendi, E., Butarbutar, M., Chandra, E., & Silalahi, M. (2022). Media sosial YouTube dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. *Maker: Jurnal Manajemen*, 8(2), 137–147.

Sugiyono. (2010). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Cetakan ke-10). Alfabeta.

Suratnoaji, C., Nurhadi, & Candrasari. (2019). *Metode analisis media sosial berbasis big data*. Sasaniti Institute.

Suyati, E. S., & Rozikin, A. Z. (2023). Pengaruh Media Sosial dan Efikasi Diri terhadap Perilaku Konsumsi Siswa SMAN 3 Palangka Raya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 15(1), 28–35

Syaparuddin. (2021). *Edukasi ekonomi Islam* (Perilaku konsumen Muslim). TrustMedia Publishing.

Wibowo, B. D. A., Rohmaniyah, I., Taufiqoh, N., & Abadi, M. T. (2024). Transformasi pola konsumsi makro ekonomi di era digitalisasi: Analisis peluang dan tantangan. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*, 2(1), 164–171.

Lampiran 1

Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN EFIKASI DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASIWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SILTAN

SYARIF KASIM RIAU

A. Pengantar

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh Puji syukur kehadirat Allah SWT, tuhan semesta alam yang maha pengasih lagi maha penyayang. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW Saya Dinda Septiana mahasiswa pendidikan ekonomi fakultas tarbiyah dan keguruan, universitas Islam negeri sultan Syarif kasim Riau saat ini sedang melakukan penelitian skripsi sebagai persyaratan kelulusan menjadi sarjana pendidikan (S.pd) . Sehubungan dengan skripsi saya yang berjudul, "**Pengaruh Media Sosial Dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau**" Maka saya memerlukan data dan informasi dari saudara/i. Oleh karena itu saya mengharapakan kesediaan dari saudara/i mengisi kuesioner yang telah disediakan. Jawaban atas pertanyaan yang saya ajukan adalah hal yang sangat bernilai untuk membantu saya dalam menyelesaikan penyusunan skripsi. Identitas yang diberikan akan menjadi rahasia dan tidak akan di salah gunakan. Demikian permohonan saya atas bantuan saudara/i untuk meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner ini saya mengucapkan banyak terima kasih. Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakaruh, Salam hormat Dinda Septiana.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Identitas Responden

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Nama	
2	Angkatan	<input type="text"/> 2021 <input type="text"/> 2022 <input type="text"/> 2023 <input type="text"/> 2024
3	NIM	
4	Media Sosial yang anda gunakan (boleh isi lebih dari 1)	<input type="checkbox"/> Instagram <input type="checkbox"/> Tiktok <input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> YouTube

Petunjuk pengisian angket.

1. Pilihlah salah satu jawaban yang paling cocok dengan keadaan/persaan diri anda dengan memberi tanda check list (✓) Pada kolom pilihan yang tersedia
2. Alternatif jawaban yaitu
 - 1 = Tidak Pernah
 - 2 = jarang
 - 3 = Kadang-kadang
 - 4 = Sering
 - 5 =Sangat Sering

NO	Pernyataan	1	2	3	4	5
	Media Sosial (X1)					
1	Saya sering merasa tertarik pada konten promosi di media sosial.					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2	Saya sering memusatkan perhatian pada produk yang ditawarkan di media sosial.					
3	Saya sering menghabiskan waktu untuk melihat berbagai produk yang dijual di media sosial.					
4	Saya cenderung lebih banyak menghabiskan waktu di media sosial untuk mencari informasi tentang produk dari pada mencarinya di sumber lain.					
5	Saya sering membuka media sosial berulang kali untuk melihat produk-produk yang ditawarkan.					
6	Saya sering melihat konten influencer di media sosial beberapa kali dalam sehari.					
7	Saya sering merasa tertarik untuk membeli suatu produk setelah melihat ulasannya di media sosial.					
8	Saya sering merasa tergoda untuk membeli produk yang sering saya lihat di media sosial.					
	EFIKASI DIRI (X2)	1	2	3	4	5
1	Saya sering merasa mampu untuk mengendalikan diri untuk tidak membeli produk yang tidak saya butuhkan, meskipun banyak tawaran menarik di media sosial.					
2	Saya sering merasa yakin dapat bersikap bijak dalam menghadapi					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	godaan produk yang ditawarkan di media sosial					
3	Saya sering merasa mampu membuat keputusan yang bijak tentang produk yang akan dibeli berdasarkan informasi yang saya dapatkan di media sosial					
4	Saya sering merasa percaya diri dalam membuat keputusan pembelian setelah mengevaluasi ulasan produk di media sosial.					
5	Saya sering percaya diri dalam menahan godaan untuk membeli produk yang saya tidak butuhkan setelah melihatnya di media sosial.					
6	Saya sering merasa dapat menahan diri untuk tidak membeli produk meskipun sering melihat iklan menarik di media sosial.					
7	Saya sering menemukan tawaran produk di media sosial di media sosial, namun saya yakin sepenuhnya mampu mengabaikannya jika produk tersebut memang tidak saya butuhkan.					
	Perilaku Konsumsi (Y)	1	2	3	4	5
1	Saya sering merasa membeli produk yang dipromosikan di media sosial bisa menjadi pilihan yang baik meskipun saya tidak membutuhkannya.					
2	Saya cenderung merasa tertarik untuk membeli produk yang dipromosikan di media sosial, meskipun saya tidak					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	benar-benar membutuhkan produk tersebut.					
3	Saya sering merasa tergoda untuk membeli produk yang menarik perhatian saya di media sosial, meskipun saya tidak memerlukannya.					
4	Saya sering merasa teman-teman saya akan mendukung keputusan saya jika saya membeli produk yang dilihat di media sosial.					
5	Saya sering merasa membeli produk di media sosial adalah tren yang sebaiknya diikuti oleh semua orang.					
6	Saya sering merasa sulit untuk mengontrol diri untuk tidak membeli produk hanya karena melihat iklan di media sosial.					
7	Saya sering merasa sulit untuk menunda atau membatalkan keputusan pembelian setelah melihat produk yang dipromosikan di media sosial					



Lampiran 2

Jawaban Uji Coba

2. Instrumen

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	TOTAL. X1	X2.1	1	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	TOTAL. X2	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	TOYAL.7
1	5	5	4	5	4	4	4	4	4	39	4	4	4	4	5	5	4	30	4	4	4	4	45	5	4	30
2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	28	5	5	5	4	4	4	4	31
3	5	3	5	5	4	3	5	3	3	38	4	4	4	3	4	5	4	28	4	4	4	3	4	3	3	25
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	38	4	4	4	5	5	4	4	30	4	4	4	5	5	4	4	30
5	3	2	3	1	1	1	1	1	1	17	1	1	1	1	1	1	1	7	1	1	1	1	1	1	1	7
6	3	2	3	4	3	4	4	4	4	31	4	4	4	4	4	5	5	30	4	4	4	4	4	3	3	26
7	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37	4	4	4	4	4	4	5	29	4	4	4	4	4	4	4	28
8	4	5	4	5	4	4	4	4	5	39	3	4	4	3	4	4	4	26	3	4	4	3	5	5	5	28
9	5	4	4	3	4	4	4	4	3	34	3	4	4	4	5	4	3	27	5	4	4	4	5	4	4	30
10	3	4	4	3	3	2	3	3	3	28	3	2	3	3	2	2	3	18	5	2	3	3	2	2	3	20
11	5	3	1	4	4	2	2	4	3	28	3	3	3	3	3	3	3	21	4	5	5	5	3	3	4	29
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	3	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	28
13	3	3	4	4	3	4	3	3	4	31	4	4	4	3	3	4	4	26	4	4	4	3	3	4	4	26
14	4	5	4	3	4	5	4	3	4	36	4	4	4	3	5	5	4	29	4	4	4	3	5	5	3	28
15	5	3	3	3	4	4	3	2	2	29	4	4	4	3	3	3	3	24	5	4	5	3	5	5	5	32
16	4	3	4	3	3	4	2	3	3	29	3	2	2	3	2	2	3	17	3	2	2	3	2	2	1	15
17	5	4	5	4	5	4	4	4	4	38	3	3	3	3	4	4	3	23	5	5	5	5	4	4	4	32
18	5	2	2	3	1	1	1	2	1	18	4	4	3	3	3	3	3	23	4	4	3	3	3	3	3	23
19	4	1	3	4	2	5	3	5	4	31	4	2	3	4	4	4	3	23	3	2	3	3	3	3	3	20
20	3	2	3	4	4	2	3	3	3	27	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	28
21	5	3	3	5	4	3	4	3	3	33	2	1	2	2	1	1	2	11	2	1	2	2	1	1	1	10
22	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44	3	4	4	4	4	4	4	27	3	4	4	4	4	4	5	28
23	5	4	4	5	5	5	4	5	4	41	4	4	4	3	4	3	3	25	4	5	4	5	4	4	4	30
24	3	2	4	3	4	2	3	3	3	27	3	3	4	3	4	4	3	24	3	3	4	3	4	4	3	24
25	5	4	4	5	4	5	3	3	5	38	5	5	5	5	3	3	5	31	5	5	5	5	3	3	3	29

Lampiran 3

Hasil Olah Data Uji Coba Intrumem SPSS

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		Correlations									
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	TOTALX1
X1.1	Pearson Correlation	1	.286	.010	.322	.194	.071	.143	.252	.010	.294
	Sig. (2-tailed)		.125	.960	.083	.306	.710	.450	.179	.958	.115
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.286	1	.566**	.421*	.603**	.438*	.532**	.463*	.519**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.125		.001	.020	.000	.015	.002	.010	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.010	.566**	1	.327	.476**	.578**	.632**	.419*	.636**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.960	.001		.078	.008	.001	.000	.021	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.322	.421*	.327	1	.461*	.372*	.398*	.616**	.537**	.641**
	Sig. (2-tailed)	.083	.020	.078		.010	.043	.029	.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.194	.603**	.476**	.461*	1	.576**	.743**	.568**	.677**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.306	.000	.008	.010		.001	.000	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.071	.438*	.578**	.372*	.576**	1	.668**	.555**	.750**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.710	.015	.001	.043	.001		.000	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.143	.532**	.632**	.398*	.743**	.668**	1	.650**	.744**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.450	.002	.000	.029	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	.252	.463*	.419*	.616**	.568**	.555**	.650**	1	.704**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.179	.010	.021	.000	.001	.001	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.9	Pearson Correlation	.010	.519**	.636**	.537**	.677**	.750**	.744**	.704**	1	.867**
	Sig. (2-tailed)	.958	.003	.000	.002	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTALX1	Pearson Correlation	.294	.736**	.728**	.641**	.821**	.786**	.862**	.791**	.867**	1
	Sig. (2-tailed)	.115	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.895	.889	9



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	TOTALX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.490**	.622**	.666**	.559**	.531**	.503**	.746**
	Sig. (2-tailed)		.006	.000	.000	.001	.003	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.490**	1	.593**	.671**	.600**	.660**	.645**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.006		.001	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.622**	.593**	1	.644**	.685**	.638**	.629**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.666**	.671**	.644**	1	.658**	.689**	.612**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.559**	.600**	.685**	.658**	1	.855**	.722**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.531**	.660**	.638**	.689**	.855**	1	.774**	.884**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	.503**	.645**	.629**	.612**	.722**	.774**	1	.833**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTALX2	Pearson Correlation	.746**	.797**	.833**	.845**	.866**	.884**	.833**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.924	.926	7



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	TOTAL Y
Y1	Pearson Correlation	1	.374*	.673**	.630**	.576**	.419*	.616**	.712**
	Sig. (2-tailed)		.042	.000	.000	.001	.021	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.374*	1	.562**	.692**	.670**	.662**	.523**	.782**
	Sig. (2-tailed)	.042		.001	.000	.000	.000	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.673**	.562**	1	.797**	.786**	.657**	.606**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.630**	.692**	.797**	1	.879**	.790**	.670**	.937**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.576**	.670**	.786**	.879**	1	.681**	.574**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.419*	.662**	.657**	.790**	.681**	1	.627**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.021	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7	Pearson Correlation	.616**	.523**	.606**	.670**	.574**	.627**	1	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.000	.001	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL Y	Pearson Correlation	.712**	.782**	.866**	.937**	.892**	.847**	.783**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.922	.926	7



Lampiran 4

Data Mentah Hasil Angket Pelitian

2. Diambil dari

a. Diambil dari

b. Diambil dari

c. Diambil dari

d. Diambil dari

e. Diambil dari

f. Diambil dari

g. Diambil dari

h. Diambil dari

i. Diambil dari

j. Diambil dari

k. Diambil dari

l. Diambil dari

m. Diambil dari

n. Diambil dari

o. Diambil dari

p. Diambil dari

q. Diambil dari

r. Diambil dari

s. Diambil dari

t. Diambil dari

u. Diambil dari

v. Diambil dari

w. Diambil dari

x. Diambil dari

y. Diambil dari

z. Diambil dari

aa. Diambil dari

ab. Diambil dari

ac. Diambil dari

ad. Diambil dari

ae. Diambil dari

af. Diambil dari

ag. Diambil dari

X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	TOTAL.X1	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	TOTAL.X2	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	TOTAL.Y
4	4	4	4	5	2	5	32	2	2	2	2	2	2	2	2	14	4	4	4	5	2	4	4	27
4	4	3	4	4	5	4	33	3	4	3	3	3	3	1	2	19	5	5	5	4	5	4	5	33
2	5	4	5	5	3	3	33	4	2	4	2	2	3	3	3	20	5	2	4	5	5	5	4	30
5	4	5	5	2	5	5	4	33	4	4	4	4	3	2	1	22	4	5	5	5	4	3	4	30
4	5	5	2	5	5	4	34	3	4	3	4	2	3	2	3	21	5	5	2	5	5	4	4	30
3	5	3	4	5	3	3	33	2	2	3	1	2	3	3	3	16	5	5	4	5	5	5	5	34
4	3	5	4	4	4	4	34	2	1	2	2	2	2	1	3	13	3	4	5	4	4	5	5	30
4	3	4	3	4	3	4	32	4	3	2	3	4	3	3	3	22	3	4	4	3	4	5	5	28
2	5	3	3	4	2	2	27	4	3	4	3	3	3	3	2	22	5	4	3	3	4	4	4	27
4	3	4	3	4	3	2	26	4	5	5	2	5	5	4	4	30	3	4	4	4	3	3	3	24
1	4	4	4	4	3	5	27	5	3	5	3	4	5	3	3	28	4	4	4	4	3	2	1	22
3	3	5	4	3	1	5	26	5	4	3	5	4	4	4	4	29	5	3	4	3	1	2	3	21
5	5	3	3	2	4	4	4	30	5	3	3	2	4	4	4	25	3	3	2	4	4	5	5	26
5	4	5	5	5	5	4	5	38	4	4	3	4	3	1	3	22	5	5	5	5	4	4	5	33
3	5	5	4	2	3	4	5	31	3	1	4	4	4	1	1	18	4	5	4	5	5	5	4	32
4	3	4	5	4	4	3	4	31	3	2	3	3	2	3	3	19	5	4	5	4	5	5	4	32
5	4	3	3	3	4	4	4	30	3	4	1	3	2	2	3	18	4	4	4	4	4	4	5	29
4	4	5	5	5	4	4	4	35	3	2	3	3	3	3	4	21	5	5	5	4	4	4	4	31
4	4	3	3	3	4	4	3	28	3	4	2	3	1	3	3	19	3	3	3	4	4	4	4	25
5	4	2	4	2	2	3	3	25	5	2	5	4	5	5	3	29	4	2	2	2	3	4	5	22
5	4	4	4	4	3	2	1	27	3	5	4	5	5	4	3	29	4	4	4	3	2	4	5	26
3	3	3	3	3	3	3	3	24	5	5	5	5	5	5	4	34	2	2	2	3	2	2	2	15
3	3	4	3	4	4	4	4	28	3	3	4	3	4	4	4	25	4	3	3	4	4	3	3	24
4	4	3	3	3	4	4	4	29	2	3	2	2	1	3	3	16	4	4	3	3	4	4	4	26

1. Diambil dari...
 2. Diambil dari...
 3. Diambil dari...
 4. Diambil dari...
 5. Diambil dari...
 6. Diambil dari...
 7. Diambil dari...
 8. Diambil dari...
 9. Diambil dari...
 10. Diambil dari...
 11. Diambil dari...
 12. Diambil dari...
 13. Diambil dari...
 14. Diambil dari...
 15. Diambil dari...
 16. Diambil dari...
 17. Diambil dari...
 18. Diambil dari...
 19. Diambil dari...
 20. Diambil dari...
 21. Diambil dari...
 22. Diambil dari...
 23. Diambil dari...
 24. Diambil dari...



2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa
2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

5	4	3	2	3	4	3	3	27	5	4	3	4	3	4	4	27	2	3	3	4	3	4	5	24
4	4	5	5	4	4	4	4	34	2	4	3	2	2	3	4	20	5	5	5	4	4	4	4	31
4	4	4	3	2	2	3	4	23	5	5	5	5	5	5	4	34	3	4	2	2	3	2	3	19
4	4	4	4	2	4	4	4	28	3	2	2	4	2	2	2	17	4	4	4	3	4	3	3	25
2	2	3	4	3	4	3	4	24	3	2	2	3	4	3	4	21	2	2	3	4	3	3	3	20
4	5	4	5	4	5	4	5	36	5	3	4	3	3	4	2	24	4	3	3	3	4	5	4	26
4	4	4	4	5	4	5	5	35	5	3	1	4	2	4	5	24	3	3	4	5	4	5	4	28
2	2	2	3	3	4	3	4	21	5	4	2	5	5	4	3	28	2	2	2	3	3	3	2	17
3	4	4	3	2	4	4	4	27	4	5	4	4	5	4	4	30	4	3	4	3	2	3	4	23
4	4	5	5	4	4	4	4	35	3	2	2	2	3	3	4	19	4	4	5	5	4	5	4	31
2	2	3	4	3	4	3	4	24	3	2	2	3	4	3	4	21	2	2	3	4	3	3	3	20
3	3	3	3	4	3	3	3	28	2	2	1	2	2	3	3	15	3	3	3	4	3	4	5	25
4	4	5	4	4	4	4	4	34	4	1	5	4	3	3	3	23	4	4	5	4	4	4	4	29
4	4	5	4	4	3	4	4	31	3	2	3	3	2	3	3	19	4	4	4	4	5	5	4	30
3	4	5	3	3	2	4	4	27	3	4	5	3	3	2	4	24	5	4	3	3	2	3	3	23
4	3	4	4	5	3	3	3	30	3	1	5	2	4	1	3	19	4	4	5	4	4	4	5	30
3	3	4	4	5	4	3	3	29	2	4	2	3	3	2	4	20	4	3	4	5	4	3	3	26
5	4	3	3	3	4	3	3	28	2	2	1	2	2	3	3	15	3	3	3	4	3	4	5	25
4	4	2	2	3	2	3	4	24	4	5	5	5	4	4	4	31	2	2	3	2	3	4	4	20
3	4	4	4	2	3	4	3	27	4	4	4	2	3	4	3	24	4	4	2	3	4	4	3	24
3	2	4	4	3	2	3	3	24	2	4	4	3	2	3	3	21	4	4	3	2	3	2	3	21
4	4	2	3	3	3	3	4	26	4	2	3	3	3	3	4	22	3	2	3	3	3	4	4	22
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	3	3	4	3	3	23	3	3	3	4	3	4	4	24
3	2	3	3	4	4	4	2	25	2	3	3	4	4	4	2	22	3	3	4	4	4	2	3	23
5	4	3	3	3	4	3	3	28	2	2	1	2	2	3	3	15	3	3	3	4	3	4	5	25
2	2	2	3	3	2	2	4	20	4	3	4	5	3	5	4	28	3	2	3	2	2	2	2	16
3	2	2	3	2	2	2	2	17	5	5	5	4	4	5	4	32	2	2	3	2	1	1	3	14
4	3	4	4	5	3	3	3	30	3	1	5	2	4	1	3	19	4	5	5	5	5	4	5	33
3	5	4	4	4	4	4	4	31	5	4	4	3	2	3	2	23	4	5	4	4	4	3	3	27



2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

3	3	2	3	3	2	3	3	22	3	4	5	4	4	3	4	27	2	2	3	2	3	2	2	16
4	5	3	3	4	4	4	3	30	3	4	2	2	1	2	3	17	3	3	4	4	4	5	4	27
3	3	4	4	5	4	3	3	30	2	2	3	1	3	3	2	16	4	4	5	4	3	3	4	27
4	3	3	4	5	4	3	4	32	3	1	2	4	2	3	3	18	2	3	5	3	3	5	2	23
4	4	4	4	4	4	4	3	31	3	3	3	4	4	4	3	24	3	3	4	4	4	3	1	22
3	3	2	4	3	2	2	2	19	5	5	4	5	4	4	4	31	2	3	4	3	2	2	1	17
4	4	3	4	4	3	4	4	29	4	4	3	4	3	3	4	25	3	4	5	5	3	4	4	28
4	4	2	2	2	2	2	2	18	5	3	3	4	4	4	3	26	2	4	2	1	2	3	1	15
2	2	3	1	3	1	4	4	20	3	4	4	5	4	3	3	26	3	2	1	3	1	2	4	16
1	1	2	4	2	3	3	3	20	5	3	2	5	3	3	4	25	2	1	4	2	3	3	2	17
3	3	4	5	3	5	4	4	33	2	3	2	4	3	3	2	19	4	3	5	3	5	4	5	29
5	5	5	2	3	1	3	3	27	2	2	2	2	3	2	2	15	4	3	3	3	3	4	4	24
3	5	5	5	4	3	3	3	30	2	4	4	5	4	4	4	27	2	3	3	2	3	3	3	19
3	4	2	3	2	2	2	2	21	3	4	2	5	5	4	4	27	2	3	2	3	2	2	2	16
5	4	3	3	3	2	3	2	25	4	3	3	3	2	3	2	20	3	5	4	5	4	5	5	31
5	5	4	4	5	4	5	5	37	2	2	3	3	2	3	3	18	4	5	5	5	5	5	5	34
4	4	4	4	3	4	2	2	28	3	4	4	4	3	4	2	24	4	4	4	3	4	3	4	26
2	2	3	2	2	1	3	1	16	4	5	4	5	5	5	5	33	2	3	2	1	3	2	2	15
2	3	2	1	3	2	4	3	20	3	2	1	3	2	4	3	18	1	2	3	2	4	3	2	17
4	4	5	4	5	5	5	5	37	2	3	2	2	1	3	1	14	4	5	5	5	5	4	4	32
3	3	4	5	4	4	5	1	29	1	2	2	2	2	2	2	13	5	4	4	4	5	3	3	28
4	3	4	4	3	3	3	3	27	3	4	4	3	3	3	3	23	4	4	3	3	3	3	4	24
4	4	4	2	4	4	3	4	29	4	4	2	4	4	3	4	25	3	4	5	5	5	5	4	31
3	2	2	3	3	3	2	1	19	3	4	4	5	4	4	5	29	3	2	3	3	2	2	3	18
3	3	3	3	3	3	3	5	26	3	3	3	3	3	3	5	23	3	3	3	3	4	3	3	22
2	3	2	3	4	3	4	4	25	3	2	3	4	3	4	4	23	4	4	5	5	4	5	4	31
5	5	4	1	3	2	2	3	23	4	3	3	3	4	4	4	25	1	4	3	2	2	3	5	20
4	4	2	3	3	3	3	4	25	4	5	5	5	4	4	4	31	2	3	2	3	3	2	2	17
3	3	4	4	3	2	3	3	25	2	4	4	3	2	3	3	21	5	4	4	4	4	4	5	30



2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

3	3	2	4	4	4	1	5	26	3	2	4	4	4	1	5	23	4	3	4	3	4	4	4	26
4	3	4	2	4	2	3	3	25	3	4	2	4	2	3	3	21	2	4	4	2	3	3	4	22
5	2	4	2	3	1	3	3	23	4	3	3	3	4	4	3	24	2	4	3	1	3	3	4	20
6	4	2	4	2	3	4	3	24	2	2	4	2	3	4	3	20	4	2	2	3	4	2	4	21
7	4	3	3	4	3	3	3	28	4	1	4	4	3	4	4	24	5	1	4	3	3	4	5	25
8	4	2	1	2	4	5	4	22	4	4	4	4	5	2	5	28	1	2	2	4	5	1	3	18
9	4	3	3	3	4	3	3	28	2	2	1	2	2	3	3	15	3	3	3	4	3	4	5	25
10	4	4	3	4	3	1	3	26	4	5	5	5	5	4	5	33	3	3	2	2	1	2	2	15
11	4	1	4	4	4	1	1	22	5	5	4	2	3	4	5	28	4	1	4	4	1	3	4	21
12	4	4	1	4	3	2	1	20	4	5	5	4	4	4	4	30	1	3	4	3	2	2	3	18
13	4	3	2	4	1	3	3	22	4	4	4	5	5	5	4	31	2	3	2	3	3	3	2	18
14	4	3	4	3	3	4	3	26	2	2	3	2	2	2	2	15	4	3	3	3	4	3	3	23
15	3	3	3	2	3	1	2	21	3	3	3	3	3	2	3	20	1	5	4	5	1	4	3	23
16	3	2	3	3	3	2	1	19	3	4	4	5	4	4	5	29	3	2	3	3	2	2	3	18
17	2	3	2	2	2	2	2	17	4	4	4	4	5	4	4	29	2	2	2	2	2	2	2	14
18	4	1	3	1	2	2	1	17	3	5	4	4	4	4	4	28	3	1	1	2	2	3	4	16
19	2	3	3	2	2	3	1	18	4	4	5	5	4	5	5	32	3	1	2	2	1	2	2	13
20	3	2	2	3	3	2	1	19	3	4	4	5	4	4	5	29	3	2	3	3	2	2	3	18
21	5	4	3	2	3	4	3	27	5	4	3	4	3	4	4	27	2	3	3	4	3	4	5	24
22	4	4	5	5	4	4	4	34	2	4	3	2	2	3	4	20	4	4	4	3	4	4	4	27
23	3	2	4	3	2	3	4	23	5	5	5	5	5	5	4	34	3	4	2	2	3	2	3	19
24	3	3	4	4	4	2	4	28	3	2	2	4	2	2	2	17	4	4	4	3	4	3	3	25
25	3	3	2	2	3	4	4	24	3	2	2	3	4	3	4	21	2	2	3	4	3	3	3	20
26	4	5	4	5	4	5	5	36	5	3	4	3	3	4	2	24	4	3	3	3	4	5	4	26
27	4	5	4	4	4	5	4	35	5	3	1	4	2	4	5	24	3	3	4	5	4	5	4	28
28	2	3	2	2	2	3	3	21	5	4	2	5	5	4	3	28	2	2	2	3	3	3	2	17
29	4	3	4	4	3	2	4	27	4	5	4	4	5	4	4	30	4	3	4	3	2	3	4	23
30	4	4	4	5	5	4	4	35	3	2	2	2	3	3	4	19	4	4	4	4	4	4	4	28
31	3	2	2	3	4	3	4	24	3	2	2	3	4	3	4	21	2	2	3	4	3	3	3	20



2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa
- 133 134 135 136 137 138 139 140 141 142 143 144 145 146 147 148 149 150 151 152 153 154 155 156 157 158 159 160 161 162 163 164 165 166 167 168 169 170 171 172 173 174 175 176 177 178 179 180 181 182 183 184 185 186 187 188 189 190 191 192 193 194 195 196 197 198 199 200 201 202 203 204 205 206 207 208 209 210 211 212 213 214 215 216 217 218 219 220 221 222 223 224 225 226 227 228 229 230 231 232 233 234 235 236 237 238 239 240 241 242 243 244 245 246 247 248 249 250 251 252 253 254 255 256 257 258 259 260 261 262 263 264 265 266 267 268 269 270 271 272 273 274 275 276 277 278 279 280 281 282 283 284 285 286 287 288 289 290 291 292 293 294 295 296 297 298 299 300 301 302 303 304 305 306 307 308 309 310 311 312 313 314 315 316 317 318 319 320 321 322 323 324 325 326 327 328 329 330 331 332 333 334 335 336 337 338 339 340 341 342 343 344 345 346 347 348 349 350 351 352 353 354 355 356 357 358 359 360 361 362 363 364 365 366 367 368 369 370 371 372 373 374 375 376 377 378 379 380 381 382 383 384 385 386 387 388 389 390 391 392 393 394 395 396 397 398 399 400 401 402 403 404 405 406 407 408 409 410 411 412 413 414 415 416 417 418 419 420 421 422 423 424 425 426 427 428 429 430 431 432 433 434 435 436 437 438 439 440 441 442 443 444 445 446 447 448 449 450 451 452 453 454 455 456 457 458 459 460 461 462 463 464 465 466 467 468 469 470 471 472 473 474 475 476 477 478 479 480 481 482 483 484 485 486 487 488 489 490 491 492 493 494 495 496 497 498 499 500 501 502 503 504 505 506 507 508 509 510 511 512 513 514 515 516 517 518 519 520 521 522 523 524 525 526 527 528 529 530 531 532 533 534 535 536 537 538 539 540 541 542 543 544 545 546 547 548 549 550 551 552 553 554 555 556 557 558 559 560 561 562 563 564 565 566 567 568 569 570 571 572 573 574 575 576 577 578 579 580 581 582 583 584 585 586 587 588 589 590 591 592 593 594 595 596 597 598 599 600 601 602 603 604 605 606 607 608 609 610 611 612 613 614 615 616 617 618 619 620 621 622 623 624 625 626 627 628 629 630 631 632 633 634 635 636 637 638 639 640 641 642 643 644 645 646 647 648 649 650 651 652 653 654 655 656 657 658 659 660 661 662 663 664 665 666 667 668 669 670 671 672 673 674 675 676 677 678 679 680 681 682 683 684 685 686 687 688 689 690 691 692 693 694 695 696 697 698 699 700 701 702 703 704 705 706 707 708 709 710 711 712 713 714 715 716 717 718 719 720 721 722 723 724 725 726 727 728 729 730 731 732 733 734 735 736 737 738 739 740 741 742 743 744 745 746 747 748 749 750 751 752 753 754 755 756 757 758 759 760 761 762 763 764 765 766 767 768 769 770 771 772 773 774 775 776 777 778 779 780 781 782 783 784 785 786 787 788 789 790 791 792 793 794 795 796 797 798 799 800 801 802 803 804 805 806 807 808 809 810 811 812 813 814 815 816 817 818 819 820 821 822 823 824 825 826 827 828 829 830 831 832 833 834 835 836 837 838 839 840 841 842 843 844 845 846 847 848 849 850 851 852 853 854 855 856 857 858 859 860 861 862 863 864 865 866 867 868 869 870 871 872 873 874 875 876 877 878 879 880 881 882 883 884 885 886 887 888 889 890 891 892 893 894 895 896 897 898 899 900 901 902 903 904 905 906 907 908 909 910 911 912 913 914 915 916 917 918 919 920 921 922 923 924 925 926 927 928 929 930 931 932 933 934 935 936 937 938 939 940 941 942 943 944 945 946 947 948 949 950 951 952 953 954 955 956 957 958 959 960 961 962 963 964 965 966 967 968 969 970 971 972 973 974 975 976 977 978 979 980 981 982 983 984 985 986 987 988 989 990 991 992 993 994 995 996 997 998 999 1000

5	4	3	3	3	4	3	3	28	2	2	1	2	2	3	3	15	3	3	3	4	3	4	5	25
5	4	4	4	5	4	4	4	34	4	1	5	4	3	3	3	23	4	4	5	4	4	4	4	29
5	4	4	5	4	4	3	4	31	3	2	3	3	2	3	3	19	4	4	4	4	5	5	4	30
5	4	4	5	3	3	2	4	27	3	4	5	3	3	2	4	24	5	4	3	3	2	3	3	23
5	4	3	4	4	5	3	3	30	3	1	5	2	4	1	3	19	4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	3	4	4	5	4	3	29	2	4	2	3	3	2	4	20	4	3	4	5	4	3	3	26
5	4	3	3	3	4	3	3	28	2	2	1	2	2	3	3	15	3	3	3	4	3	4	5	25
5	4	2	2	3	2	3	4	24	4	5	5	5	4	4	4	31	2	2	3	2	3	4	4	20
5	4	4	4	2	3	4	3	27	4	4	4	2	3	4	3	24	4	4	2	3	4	4	3	24
5	4	4	4	3	2	3	3	24	2	4	4	3	2	3	3	21	4	4	3	2	3	2	3	21
5	4	2	3	3	3	3	4	26	4	2	3	3	3	3	4	22	3	2	3	3	3	4	4	22
5	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	3	3	4	3	3	23	3	3	3	4	3	4	4	24
5	3	3	3	4	4	4	2	25	2	3	3	4	4	4	2	22	3	3	4	4	4	2	3	23
5	3	3	3	3	4	3	3	28	2	2	1	2	2	3	3	15	3	3	3	4	3	4	5	25
5	2	2	3	3	2	2	4	20	4	3	4	5	3	5	4	28	3	2	3	2	2	2	2	16
5	3	2	2	3	2	2	2	17	5	5	5	4	4	5	4	32	2	2	3	2	1	1	3	14
5	4	3	4	4	5	3	3	30	3	1	5	2	4	1	3	19	4	5	5	5	5	4	5	33
5	3	3	5	4	4	4	4	31	5	4	4	3	2	3	2	23	4	5	4	4	4	3	3	27
5	3	3	2	3	3	2	3	22	3	4	5	4	4	3	4	27	2	2	3	2	3	2	2	16
5	4	5	3	3	4	4	4	30	3	4	2	2	1	2	3	17	3	3	4	4	4	5	4	27
5	4	3	4	4	5	4	3	30	2	2	3	1	3	3	2	16	4	4	5	4	3	3	4	27
5	4	5	3	4	5	4	3	32	3	1	2	4	2	3	3	18	2	3	5	3	3	5	2	23
5	4	4	4	4	4	4	3	31	3	3	3	4	4	4	3	24	3	3	4	4	4	3	1	22
5	1	2	3	2	4	3	2	19	5	5	4	5	4	4	4	31	3	3	4	3	2	3	3	21
5	3	4	4	3	4	4	3	29	4	4	3	4	3	3	4	25	3	4	5	5	3	4	4	28
5	1	3	4	2	2	2	2	18	5	3	3	4	4	4	3	26	2	4	2	1	2	3	1	15
5	4	2	3	1	3	1	4	20	3	4	4	5	4	3	3	26	3	2	3	3	3	2	3	19
5	2	1	2	4	2	3	3	20	5	3	2	5	3	3	4	25	2	1	4	2	3	3	2	17
5	3	3	4	5	3	5	4	33	2	3	2	4	3	3	2	19	4	3	5	3	5	4	5	29



2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

4	4	5	5	2	3	1	3	27	2	2	2	2	3	2	2	15	4	3	3	3	3	4	4	24
142	3	5	5	5	4	3	3	30	2	4	4	5	4	4	4	27	2	3	3	2	3	3	3	19
143	4	4	2	3	2	2	2	21	3	4	2	5	5	4	4	27	2	3	3	3	2	3	3	19
144	3	3	3	3	2	3	2	25	4	3	3	3	2	3	2	20	3	4	4	4	4	5	5	29
145	5	4	4	4	5	4	5	37	2	2	3	3	2	3	3	18	4	5	5	5	5	5	5	34
146	4	4	4	4	3	4	2	28	3	4	4	4	3	4	2	24	4	4	4	3	4	3	4	26
147	3	2	2	1	3	1	1	16	4	5	4	5	5	5	5	33	2	3	2	1	3	2	2	15
148	2	1	3	2	4	3	3	20	3	2	1	3	2	4	3	18	1	2	3	2	4	3	2	17
149	5	4	5	5	5	5	5	37	2	3	2	2	1	3	1	14	4	5	5	5	5	4	4	32
150	4	5	4	4	5	1	1	29	1	2	2	2	2	2	2	13	5	4	4	4	5	3	3	28
151	4	4	3	3	3	3	3	27	3	4	4	3	3	3	3	23	4	4	3	3	3	3	4	24
152	4	2	4	4	3	4	4	29	4	4	2	4	4	3	4	25	4	4	5	5	5	5	4	32
153	2	3	3	3	2	1	1	19	3	4	4	5	4	4	5	29	3	2	3	3	3	2	3	19
154	3	3	3	3	3	3	5	26	3	3	3	3	3	3	5	23	3	3	3	3	4	3	3	22
155	2	3	4	3	4	4	4	25	3	2	3	4	3	4	4	23	4	4	5	5	4	5	4	31
156	5	4	1	3	2	2	3	23	4	3	3	3	4	4	4	25	1	4	3	2	2	3	5	20
157	4	2	3	3	3	3	4	25	4	5	5	5	4	4	4	31	3	3	3	3	3	2	2	19
158	3	3	4	4	3	2	3	25	2	4	4	3	2	3	3	21	3	4	4	4	4	4	3	26
159	3	3	2	4	4	4	1	26	3	2	4	4	4	1	5	23	4	3	4	3	4	4	4	26
160	4	3	4	2	4	2	3	25	3	4	2	4	2	3	3	21	2	4	4	2	3	3	4	22
161	4	3	4	2	3	1	3	23	4	3	3	3	4	4	3	24	2	4	3	1	3	3	4	20
162	4	2	2	4	2	3	4	24	2	2	4	2	3	4	3	20	4	2	2	3	4	2	4	21
163	5	4	3	3	4	3	3	28	4	1	4	4	3	4	4	24	5	1	4	3	3	4	5	25
164	3	1	2	1	2	4	5	22	4	4	4	4	5	2	5	28	1	2	2	4	5	1	3	18
165	5	4	3	3	3	4	3	28	2	2	1	2	2	3	3	15	3	3	3	4	3	4	5	25
166	4	4	4	3	4	3	1	26	4	5	5	5	5	4	5	33	3	3	2	2	1	2	2	15
167	4	1	4	4	4	1	1	22	5	5	4	2	3	4	5	28	4	1	4	4	1	3	4	21
168	3	4	1	4	3	2	1	20	4	5	5	4	4	4	4	30	1	3	4	3	2	2	3	18
169	2	3	2	4	1	3	3	22	4	4	4	5	5	5	4	31	3	3	3	3	3	3	3	21

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

Lampiran 5

Prubaban Data Ordonal Ke Interval

VARIABEL X1

Responden	X1			Data Interval
	Xi	X (Mean)	SD	$50+10(X_i-X)/SD$
1	32	26,87	5,193	59,87868284
2	33	26,87	5,193	61,80435201
3	33	26,87	5,193	61,80435201
4	33	26,87	5,193	61,80435201
5	34	26,87	5,193	63,73002118
6	33	26,87	5,193	61,80435201
7	34	26,87	5,193	63,73002118
8	32	26,87	5,193	59,87868284
9	27	26,87	5,193	50,25033699
10	26	26,87	5,193	48,32466782
11	27	26,87	5,193	50,25033699
12	26	26,87	5,193	48,32466782
13	30	26,87	5,193	56,02734450
14	38	26,87	5,193	71,43269786
15	31	26,87	5,193	57,95301367
16	31	26,87	5,193	57,95301367
17	30	26,87	5,193	56,02734450
18	35	26,87	5,193	65,65569035
19	28	26,87	5,193	52,17600616
20	25	26,87	5,193	46,39899865
21	27	26,87	5,193	50,25033699
22	24	26,87	5,193	44,47332948
23	28	26,87	5,193	52,17600616
24	29	26,87	5,193	54,10167533
25	27	26,87	5,193	50,25033699
26	34	26,87	5,193	63,73002118
27	23	26,87	5,193	42,54766031
28	28	26,87	5,193	52,17600616
29	24	26,87	5,193	44,47332948
30	36	26,87	5,193	67,58135952
31	35	26,87	5,193	65,65569035
32	21	26,87	5,193	38,69632197

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

33	27	26,87	5,193	50,25033699
34	35	26,87	5,193	65,65569035
35	24	26,87	5,193	44,47332948
36	28	26,87	5,193	52,17600616
37	34	26,87	5,193	63,73002118
38	31	26,87	5,193	57,95301367
39	27	26,87	5,193	50,25033699
40	30	26,87	5,193	56,02734450
41	29	26,87	5,193	54,10167533
42	28	26,87	5,193	52,17600616
43	24	26,87	5,193	44,47332948
44	27	26,87	5,193	50,25033699
45	24	26,87	5,193	44,47332948
46	26	26,87	5,193	48,32466782
47	32	26,87	5,193	59,87868284
48	25	26,87	5,193	46,39899865
49	28	26,87	5,193	52,17600616
50	20	26,87	5,193	36,77065280
51	17	26,87	5,193	30,99364529
52	30	26,87	5,193	56,02734450
53	31	26,87	5,193	57,95301367
54	22	26,87	5,193	40,62199114
55	30	26,87	5,193	56,02734450
56	30	26,87	5,193	56,02734450
57	32	26,87	5,193	59,87868284
58	31	26,87	5,193	57,95301367
59	19	26,87	5,193	34,84498363
60	29	26,87	5,193	54,10167533
61	18	26,87	5,193	32,91931446
62	20	26,87	5,193	36,77065280
63	20	26,87	5,193	36,77065280
64	33	26,87	5,193	61,80435201
65	27	26,87	5,193	50,25033699
66	30	26,87	5,193	56,02734450
67	21	26,87	5,193	38,69632197
68	25	26,87	5,193	46,39899865
69	37	26,87	5,193	69,50702869
70	28	26,87	5,193	52,17600616
71	16	26,87	5,193	29,06797612
72	20	26,87	5,193	36,77065280

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

73	37	26,87	5,193	69,50702869
74	29	26,87	5,193	54,10167533
75	27	26,87	5,193	50,25033699
76	29	26,87	5,193	54,10167533
77	19	26,87	5,193	34,84498363
78	26	26,87	5,193	48,32466782
79	25	26,87	5,193	46,39899865
80	23	26,87	5,193	42,54766031
81	25	26,87	5,193	46,39899865
82	25	26,87	5,193	46,39899865
83	26	26,87	5,193	48,32466782
84	25	26,87	5,193	46,39899865
85	23	26,87	5,193	42,54766031
86	24	26,87	5,193	44,47332948
87	28	26,87	5,193	52,17600616
88	22	26,87	5,193	40,62199114
89	28	26,87	5,193	52,17600616
90	26	26,87	5,193	48,32466782
91	22	26,87	5,193	40,62199114
92	20	26,87	5,193	36,77065280
93	22	26,87	5,193	40,62199114
94	26	26,87	5,193	48,32466782
95	21	26,87	5,193	38,69632197
96	19	26,87	5,193	34,84498363
97	17	26,87	5,193	30,99364529
98	17	26,87	5,193	30,99364529
99	18	26,87	5,193	32,91931446
100	19	26,87	5,193	34,84498363

VARIABEL X2

Responden	X2			Data Interval
	Xi	X (Mean)	SD	$50+10(X_i-X)/SD$
1	14	23,13	5,344	32,91541916
2	19	23,13	5,344	42,27170659
3	20	23,13	5,344	44,14296407
4	22	23,13	5,344	47,88547904
5	21	23,13	5,344	46,01422156
6	16	23,13	5,344	36,65793413
7	13	23,13	5,344	31,04416168

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8	22	23,13	5,344	47,88547904
9	22	23,13	5,344	47,88547904
10	30	23,13	5,344	62,85553892
11	28	23,13	5,344	59,11302395
12	29	23,13	5,344	60,98428144
13	25	23,13	5,344	53,4992515
14	22	23,13	5,344	47,88547904
15	18	23,13	5,344	40,4004491
16	19	23,13	5,344	42,27170659
17	18	23,13	5,344	40,4004491
18	21	23,13	5,344	46,01422156
19	19	23,13	5,344	42,27170659
20	29	23,13	5,344	60,98428144
21	29	23,13	5,344	60,98428144
22	34	23,13	5,344	70,34056886
23	25	23,13	5,344	53,4992515
24	16	23,13	5,344	36,65793413
25	27	23,13	5,344	57,24176647
26	20	23,13	5,344	44,14296407
27	34	23,13	5,344	70,34056886
28	17	23,13	5,344	38,52919162
29	21	23,13	5,344	46,01422156
30	24	23,13	5,344	51,62799401
31	24	23,13	5,344	51,62799401
32	28	23,13	5,344	59,11302395
33	30	23,13	5,344	62,85553892
34	19	23,13	5,344	42,27170659
35	21	23,13	5,344	46,01422156
36	15	23,13	5,344	34,78667665
37	23	23,13	5,344	49,75673653
38	19	23,13	5,344	42,27170659
39	24	23,13	5,344	51,62799401
40	19	23,13	5,344	42,27170659
41	20	23,13	5,344	44,14296407
42	15	23,13	5,344	34,78667665
43	31	23,13	5,344	64,72679641
44	24	23,13	5,344	51,62799401
45	21	23,13	5,344	46,01422156
46	22	23,13	5,344	47,88547904
47	23	23,13	5,344	49,75673653

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

48	22	23,13	5,344	47,88547904
49	15	23,13	5,344	34,78667665
50	28	23,13	5,344	59,11302395
51	32	23,13	5,344	66,59805389
52	19	23,13	5,344	42,27170659
53	23	23,13	5,344	49,75673653
54	27	23,13	5,344	57,24176647
55	17	23,13	5,344	38,52919162
56	16	23,13	5,344	36,65793413
57	18	23,13	5,344	40,4004491
58	24	23,13	5,344	51,62799401
59	31	23,13	5,344	64,72679641
60	25	23,13	5,344	53,4992515
61	26	23,13	5,344	55,37050898
62	26	23,13	5,344	55,37050898
63	25	23,13	5,344	53,4992515
64	19	23,13	5,344	42,27170659
65	15	23,13	5,344	34,78667665
66	27	23,13	5,344	57,24176647
67	27	23,13	5,344	57,24176647
68	20	23,13	5,344	44,14296407
69	18	23,13	5,344	40,40044910
70	24	23,13	5,344	51,62799401
71	33	23,13	5,344	68,46931138
72	18	23,13	5,344	40,4004491
73	14	23,13	5,344	32,91541916
74	13	23,13	5,344	31,04416168
75	23	23,13	5,344	49,75673653
76	25	23,13	5,344	53,4992515
77	29	23,13	5,344	60,98428144
78	23	23,13	5,344	49,75673653
79	23	23,13	5,344	49,75673653
80	25	23,13	5,344	53,4992515
81	31	23,13	5,344	64,72679641
82	21	23,13	5,344	46,01422156
83	23	23,13	5,344	49,75673653
84	21	23,13	5,344	46,01422156
85	24	23,13	5,344	51,62799401
86	20	23,13	5,344	44,14296407
87	24	23,13	5,344	51,62799401

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

88	28	23,13	5,344	59,11302395
89	15	23,13	5,344	34,78667665
90	33	23,13	5,344	68,46931138
91	28	23,13	5,344	59,11302395
92	30	23,13	5,344	62,85553892
93	31	23,13	5,344	64,72679641
94	15	23,13	5,344	34,78667665
95	20	23,13	5,344	44,14296407
96	29	23,13	5,344	60,98428144
97	29	23,13	5,344	60,98428144
98	28	23,13	5,344	59,11302395
99	32	23,13	5,344	66,59805389
100	29	23,13	5,344	60,98428144

VARIABELY

Responden	Y			Data Interval
	Xi	X (Mean)	SD	$50+10(Xi-X)/SD$
1	27	23,84	5,523	55,72152815
2	33	23,84	5,523	66,58518921
3	30	23,84	5,523	61,15335868
4	30	23,84	5,523	61,15335868
5	30	23,84	5,523	61,15335868
6	34	23,84	5,523	68,39579938
7	30	23,84	5,523	61,15335868
8	28	23,84	5,523	57,53213833
9	27	23,84	5,523	55,72152815
10	24	23,84	5,523	50,28969763
11	22	23,84	5,523	46,66847728
12	21	23,84	5,523	44,85786710
13	26	23,84	5,523	53,91091798
14	33	23,84	5,523	66,58518921
15	32	23,84	5,523	64,77457903
16	32	23,84	5,523	64,77457903
17	29	23,84	5,523	59,34274851
18	31	23,84	5,523	62,96396886
19	25	23,84	5,523	52,10030780
20	22	23,84	5,523	46,66847728
21	26	23,84	5,523	53,91091798
22	15	23,84	5,523	33,99420605
23	24	23,84	5,523	50,28969763

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

24	26	23,84	5,523	53,91091798
25	24	23,84	5,523	50,28969763
26	31	23,84	5,523	62,96396886
27	19	23,84	5,523	41,23664675
28	25	23,84	5,523	52,10030780
29	20	23,84	5,523	43,04725693
30	26	23,84	5,523	53,91091798
31	28	23,84	5,523	57,53213833
32	17	23,84	5,523	37,61542640
33	23	23,84	5,523	48,47908745
34	31	23,84	5,523	62,96396886
35	20	23,84	5,523	43,04725693
36	25	23,84	5,523	52,10030780
37	29	23,84	5,523	59,34274851
38	30	23,84	5,523	61,15335868
39	23	23,84	5,523	48,47908745
40	30	23,84	5,523	61,15335868
41	26	23,84	5,523	53,91091798
42	25	23,84	5,523	52,10030780
43	20	23,84	5,523	43,04725693
44	24	23,84	5,523	50,28969763
45	21	23,84	5,523	44,85786710
46	22	23,84	5,523	46,66847728
47	24	23,84	5,523	50,28969763
48	23	23,84	5,523	48,47908745
49	25	23,84	5,523	52,10030780
50	16	23,84	5,523	35,80481622
51	14	23,84	5,523	32,18359587
52	33	23,84	5,523	66,58518921
53	27	23,84	5,523	55,72152815
54	16	23,84	5,523	35,80481622
55	27	23,84	5,523	55,72152815
56	27	23,84	5,523	55,72152815
57	23	23,84	5,523	48,47908745
58	22	23,84	5,523	46,66847728
59	17	23,84	5,523	37,61542640
60	28	23,84	5,523	57,53213833
61	15	23,84	5,523	33,99420605
62	16	23,84	5,523	35,80481622
63	17	23,84	5,523	37,61542640

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

64	29	23,84	5,523	59,34274851
65	24	23,84	5,523	50,28969763
66	19	23,84	5,523	41,23664675
67	16	23,84	5,523	35,80481622
68	31	23,84	5,523	62,96396886
69	34	23,84	5,523	68,39579938
70	26	23,84	5,523	53,91091798
71	15	23,84	5,523	33,99420605
72	17	23,84	5,523	37,61542640
73	32	23,84	5,523	64,77457903
74	28	23,84	5,523	57,53213833
75	24	23,84	5,523	50,28969763
76	31	23,84	5,523	62,96396886
77	18	23,84	5,523	39,42603657
78	22	23,84	5,523	46,66847728
79	31	23,84	5,523	62,96396886
80	20	23,84	5,523	43,04725693
81	17	23,84	5,523	37,61542640
82	30	23,84	5,523	61,15335868
83	26	23,84	5,523	53,91091798
84	22	23,84	5,523	46,66847728
85	20	23,84	5,523	43,04725693
86	21	23,84	5,523	44,85786710
87	25	23,84	5,523	52,10030780
88	18	23,84	5,523	39,42603657
89	25	23,84	5,523	52,10030780
90	15	23,84	5,523	33,99420605
91	21	23,84	5,523	44,85786710
92	18	23,84	5,523	39,42603657
93	18	23,84	5,523	39,42603657
94	23	23,84	5,523	48,47908745
95	23	23,84	5,523	48,47908745
96	18	23,84	5,523	39,42603657
97	14	23,84	5,523	32,18359587
98	16	23,84	5,523	35,80481622
99	13	23,84	5,523	30,37298570
100	18	23,84	5,523	39,42603657

Lampiran 6

Hasil Olah Data SPSS

r Tabel taraf Signifikan 5% dan 1%

df	TarafSignif		Df	TarafSignif		df	TarafSignif	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
1	0.997	0.999	25	0.381	0.487	53	0.266	0.345
2	0.950	0.990	26	0.374	0.478	58	0.254	0.330
3	0.878	0.959	27	0.367	0.470	63	0.244	0.317
4	0.811	0.917	28	0.361	0.463	68	0.235	0.306
5	0.754	0.874	29	0.355	0.456	73	0.227	0.296
6	0.707	0.834	30	0.349	0.449	78	0.220	0.286
7	0.666	0.798	31	0.344	0.442	83	0.213	0.278
8	0.632	0.765	32	0.339	0.436	88	0.207	0.270
9	0.602	0.735	33	0.334	0.430	93	0.202	0.263
10	0.576	0.708	34	0.329	0.424	98	0.195	0.256
11	0.553	0.684	35	0.325	0.418	123	0.176	0.230
12	0.532	0.661	36	0.320	0.413	148	0.159	0.210
13	0.514	0.641	37	0.316	0.408	173	0.148	0.194
14	0.497	0.623	38	0.312	0.403	218	0.138	0.181
15	0.482	0.606	39	0.308	0.398	298	0.113	0.148
16	0.468	0.590	40	0.304	0.393	398	0.098	0.128
17	0.456	0.575	41	0.301	0.389	498	0.088	0.115
18	0.444	0.561	42	0.297	0.384	598	0.080	0.105
19	0.433	0.549	43	0.294	0.380	698	0.074	0.097
20	0.423	0.537	44	0.291	0.376	798	0.070	0.091
21	0.413	0.526	45	0.288	0.372	898	0.065	0.086
22	0.404	0.515	46	0.284	0.368	998	0.062	0.081
23	0.396	0.505	47	0.281	0.364			
24	0.388	0.496	48	0.279	0.361			

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel Nilai t

d.f	$t_{0.25}$	$t_{0.1}$	$t_{0.05}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$	d.f
1	3,078	6,314	12,706	31,821	63, 657	1
2	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	2
3	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	3
4	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	4
5	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	5
6	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	6
7	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	7
8	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355	8
9	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	9
10	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	10
11	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	11
12	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	12
13	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012	13
14	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	14
15	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	15
16	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	16
17	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	17
18	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	18
19	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	19
20	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	20
21	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831	21
22	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819	22
23	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807	23
24	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797	24
25	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787	25

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

26	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779	26
27	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771	27
28	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763	28
29	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756	29
30	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	30
31	1,309	1,696	2,040	2,453	2,744	31
32	1,309	1,694	2,037	2,449	2,738	32
33	1,308	1,692	2,035	2,445	2,733	33
34	1,307	1,691	2,032	2,441	2,728	34
35	1,306	1,690	2,030	2,438	2,724	35
36	1,306	1,688	2,028	2,434	2,719	36
37	1,305	1,687	2,026	2,431	2,715	37
38	1,304	1,686	2,024	2,429	2,712	38
39	1,303	1,685	2,023	2,426	2,708	39

40	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	40
41	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701	41
42	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698	42
43	1,302	1,681	2,017	2,416	2,695	43
44	1,301	1,680	2,015	2,414	2,692	44
45	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690	45
46	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687	46
47	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685	47
48	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682	48
49	1,299	1,677	2,010	2,405	2,680	49
50	1,299	1,676	2,009	2,403	2,678	50
51	1,298	1,675	2,008	2,402	2,676	51

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

52	1,298	1,675	2,007	2,400	2,674	52
53	1,298	1,674	2,006	2,399	2,672	53
54	1,297	1,674	2,005	2,397	2,670	54
55	1,297	1,673	2,004	2,396	2,668	55
56	1,297	1,673	2,003	2,395	2,667	56
57	1,297	1,672	2,002	2,394	2,665	57
58	1,296	1,672	2,002	2,392	2,663	58
59	1,296	1,671	2,001	2,391	2,662	59
60	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660	60
61	1,296	1,670	2,000	2,389	2,659	61
62	1,295	1,670	1,999	2,388	2,657	62
63	1,295	1,669	1,998	2,387	2,656	63
64	1,295	1,669	1,998	2,386	2,655	64
65	1,295	1,669	1,997	2,385	2,654	65
66	1,295	1,668	1,997	2,384	2,652	66
67	1,294	1,668	1,996	2,383	2,651	67
68	1,294	1,668	1,995	2,382	2,650	68
69	1,294	1,667	1,995	2,382	2,649	69
70	1,294	1,667	1,994	2,381	2,648	70
71	1,294	1,667	1,994	2,380	2,647	71
72	1,293	1,666	1,993	2,379	2,646	72
73	1,293	1,666	1,993	2,379	2,645	73
74	1,293	1,666	1,993	2,378	2,644	74
75	1,293	1,665	1,992	2,377	2,643	75
76	1,293	1,665	1,992	2,376	2,642	76
77	1,293	1,665	1,991	2,376	2,641	77
78	1,292	1,665	1,991	2,375	2,640	78

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

79	1,292	1,664	1,990	2,374	2,640	79
80	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639	80
81	1,292	1,664	1,990	2,373	2,638	81
82	1,292	1,664	1,989	2,373	2,637	82
83	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	83
84	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	84
85	1,292	1,663	1,988	2,371	2,635	85
86	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	86
87	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	87
88	1,291	1,662	1,987	2,369	2,633	88
89	1,291	1,662	1,987	2,369	2,632	89
90	1,291	1,662	1,987	2,368	2,632	90
91	1,291	1,662	1,986	2,368	2,631	91
92	1,291	1,662	1,986	2,368	2,630	92
93	1,291	1,661	1,986	2,367	2,630	93
94	1,291	1,661	1,986	2,367	2,629	94
95	1,291	1,661	1,985	2,366	2,629	95
96	1,290	1,661	1,985	2,366	2,628	96
97	1,290	1,661	1,985	2,365	2,627	97
98	1,290	1,661	1,984	2,365	2,627	98
99	1,290	1,660	1,984	2,365	2,626	99
Inf.	1,290	1,660	1,984	2,364	2,626	Inf.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak C

© H

U

Jr

if Kasim Riau

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	5	3.0	3.0	3.0
	Jarang	16	9.5	9.5	12.4
	Kadang-kadang	53	31.4	31.4	43.8
	Sering	64	37.9	37.9	81.7
	Sangat Sering	31	18.3	18.3	100.0
	Total	169	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	4	2.4	2.4	2.4
	Jarang	28	16.6	16.6	18.9
	Kadang-kadang	61	36.1	36.1	55.0
	Sering	58	34.3	34.3	89.3
	Sangat Sering	18	10.7	10.7	100.0
	Total	169	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	5	3.0	3.0	3.0
	Jarang	37	21.9	21.9	24.9
	Kadang-kadang	49	29.0	29.0	53.8
	Sering	61	36.1	36.1	89.9
	Sangat Sering	17	10.1	10.1	100.0
	Total	169	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	8	4.7	4.7	4.7
	Jarang	31	18.3	18.3	23.1
	Kadang-kadang	52	30.8	30.8	53.8
	Sering	56	33.1	33.1	87.0
	Sangat Sering	22	13.0	13.0	100.0
	Total	169	100.0	100.0	



X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	3	1.8	1.8	1.8
	Jarang	23	13.6	13.6	15.4
	Kadang-kadang	58	34.3	34.3	49.7
	Sering	67	39.6	39.6	89.3
	Sangat Sering	18	10.7	10.7	100.0
	Total	169	100.0	100.0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	6	3.6	3.6	3.6
	Jarang	34	20.1	20.1	23.7
	Kadang-kadang	49	29.0	29.0	52.7
	Sering	59	34.9	34.9	87.6
	Sangat Sering	21	12.4	12.4	100.0
	Total	169	100.0	100.0	

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	12	7.1	7.1	7.1
	Jarang	26	15.4	15.4	22.5
	Kadang-kadang	70	41.4	41.4	63.9
	Sering	49	29.0	29.0	92.9
	Sangat Sering	12	7.1	7.1	100.0
	Total	169	100.0	100.0	

X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	15	8.9	8.9	8.9
	Jarang	18	10.7	10.7	19.5
	Kadang-kadang	61	36.1	36.1	55.6
	Sering	58	34.3	34.3	89.9
	Sangat Sering	17	10.1	10.1	100.0
	Total	169	100.0	100.0	

1. Diarahkan mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarahkan mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	2	1.2	1.2	1.2
	Jarang	37	21.9	21.9	23.1
	Kadang-kadang	57	33.7	33.7	56.8
	Sering	46	27.2	27.2	84.0
	Sangat Sering	27	16.0	16.0	100.0
	Total	169	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	12	7.1	7.1	7.1
	Jarang	43	25.4	25.4	32.5
	Kadang-kadang	35	20.7	20.7	53.3
	Sering	55	32.5	32.5	85.8
	Sangat Sering	24	14.2	14.2	100.0
	Total	169	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	13	7.7	7.7	7.7
	Jarang	37	21.9	21.9	29.6
	Kadang-kadang	42	24.9	24.9	54.4
	Sering	50	29.6	29.6	84.0
	Sangat Sering	27	16.0	16.0	100.0
	Total	169	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	3	1.8	1.8	1.8
	Jarang	37	21.9	21.9	23.7
	Kadang-kadang	46	27.2	27.2	50.9
	Sering	49	29.0	29.0	79.9
	Sangat Sering	34	20.1	20.1	100.0
	Total	169	100.0	100.0	

1. Diarahkan mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarahkan mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	6	3.6	3.6	3.6
	Jarang	42	24.9	24.9	28.4
	Kadang-kadang	48	28.4	28.4	56.8
	Sering	52	30.8	30.8	87.6
	Sangat Sering	21	12.4	12.4	100.0
	Total	169	100.0	100.0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	10	5.9	5.9	5.9
	Jarang	19	11.2	11.2	17.2
	Kadang-kadang	67	39.6	39.6	56.8
	Sering	58	34.3	34.3	91.1
	Sangat Sering	15	8.9	8.9	100.0
	Total	169	100.0	100.0	

X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	4	2.4	2.4	2.4
	Jarang	25	14.8	14.8	17.2
	Kadang-kadang	61	36.1	36.1	53.3
	Sering	60	35.5	35.5	88.8
	Sangat Sering	19	11.2	11.2	100.0
	Total	169	100.0	100.0	

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	9	5.3	5.3	5.3
	Jarang	35	20.7	20.7	26.0
	Kadang-kadang	50	29.6	29.6	55.6
	Sering	58	34.3	34.3	89.9
	Sangat Sering	17	10.1	10.1	100.0
	Total	169	100.0	100.0	

1. Diarahkan mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarahkan mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	8	4.7	4.7	4.7
	Jarang	32	18.9	18.9	23.7
	Kadang-kadang	57	33.7	33.7	57.4
	Sering	54	32.0	32.0	89.3
	Sangat Sering	18	10.7	10.7	100.0
	Total	169	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	2	1.2	1.2	1.2
	Jarang	25	14.8	14.8	16.0
	Kadang-kadang	59	34.9	34.9	50.9
	Sering	54	32.0	32.0	82.8
	Sangat Sering	29	17.2	17.2	100.0
	Total	169	100.0	100.0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	6	3.6	3.6	3.6
	Jarang	28	16.6	16.6	20.1
	Kadang-kadang	56	33.1	33.1	53.3
	Sering	53	31.4	31.4	84.6
	Sangat Sering	26	15.4	15.4	100.0
	Total	169	100.0	100.0	

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	10	5.9	5.9	5.9
	Jarang	24	14.2	14.2	20.1
	Kadang-kadang	59	34.9	34.9	55.0
	Sering	54	32.0	32.0	87.0
	Sangat Sering	22	13.0	13.0	100.0
	Total	169	100.0	100.0	



Y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	4	2.4	2.4	2.4
	Jarang	33	19.5	19.5	21.9
	Kadang-kadang	53	31.4	31.4	53.3
	Sering	53	31.4	31.4	84.6
	Sangat Sering	26	15.4	15.4	100.0
	Total	169	100.0	100.0	

Y7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	6	3.6	3.6	3.6
	Jarang	23	13.6	13.6	17.2
	Kadang-kadang	46	27.2	27.2	44.4
	Sering	61	36.1	36.1	80.5
	Sangat Sering	33	19.5	19.5	100.0
	Total	169	100.0	100.0	

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		MEDIA SOSIAL (X1)	EFIKASI DIRI (X2)	PERILAKU KONSUMSI (Y)
N		169	169	169
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	26.6923	23.1538	23.5976
	Std. Deviation	5.07796	5.26557	5.22735
Most Extreme Differences	Absolute	.057	.064	.062
	Positive	.054	.063	.062
	Negative	-.057	-.064	-.055
Test Statistic		.057	.064	.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}	.089 ^c	.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

1. Diarahkan mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarahkan mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	MEDIA SOSIAL (X1)	.664	1.507
	EFIKASI DIRI(X2)	.664	1.507

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMSI (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.562	1.470		.383	.703
	MEDIA SOSIAL (X1)	.038	.034	.107	1.123	.263
	EFIKASI DIRI(X2)	.019	.032	.056	.585	.559

a. Dependent Variable: ABS_RES

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.755	2.216		4.853	.000
	MEDIA SOSIAL (X1)	.702	.051	.682	13.880	.000
	EFIKASI DIRI(X2)	-.255	.049	-.257	-5.222	.000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMSI (Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.857 ^a	.734	.731	2.71225

a. Predictors: (Constant), EFIKASI DIRI(X2), MEDIA SOSIAL (X1)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3369.497	2	1684.749	229.022	.000 ^a
	Residual	1221.142	166	7.356		
	Total	4590.639	168			

a. Predictors: (Constant), EFIKASI DIRI(X2), MEDIA SOSIAL (X1)

b. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMSI (Y)



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.768	1.204		.638	.524
	MEDIA SOSIAL (X1)	.855	.044	.831	19.293	.000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMSI (Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.831 ^a	.690	.688	2.91779

a. Predictors: (Constant), MEDIA SOSIAL (X1)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	38.587	1.383		27.907	.000
	EFIKASI DIRI(X2)	-.647	.058	-.652	-11.116	.000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMSI (Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.652 ^a	.425	.422	3.97478

a. Predictors: (Constant), EFIKASI DIRI(X2)

1. Diarahkan mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarahkan mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 7

Dokumentasi Penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Syarif Kasim Riau

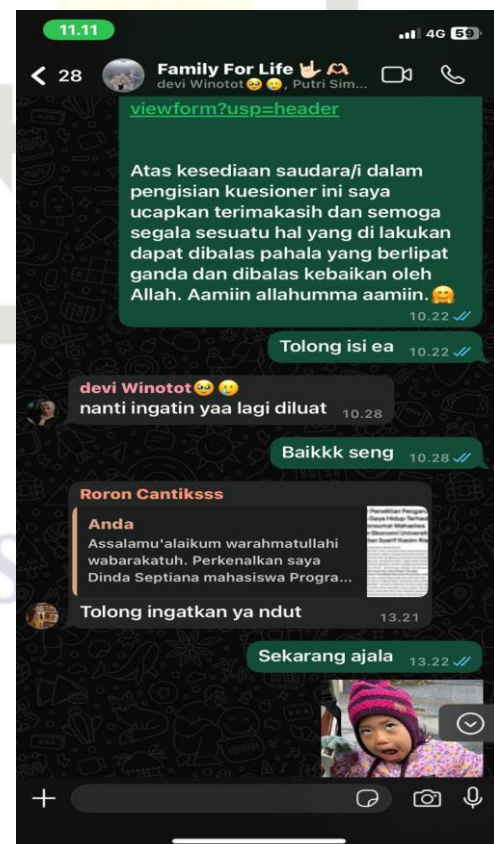
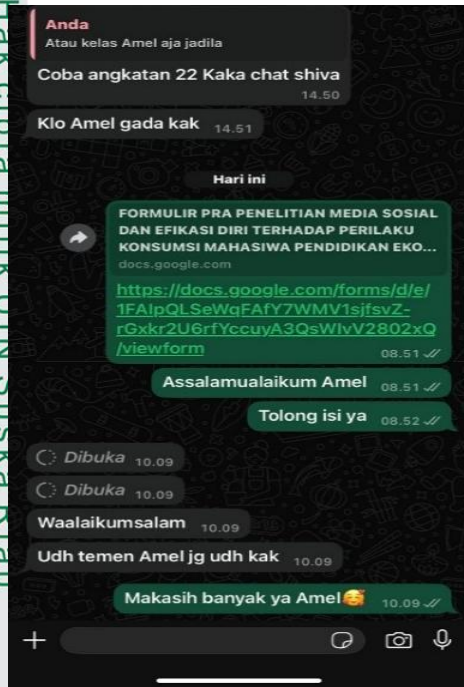
Ka Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

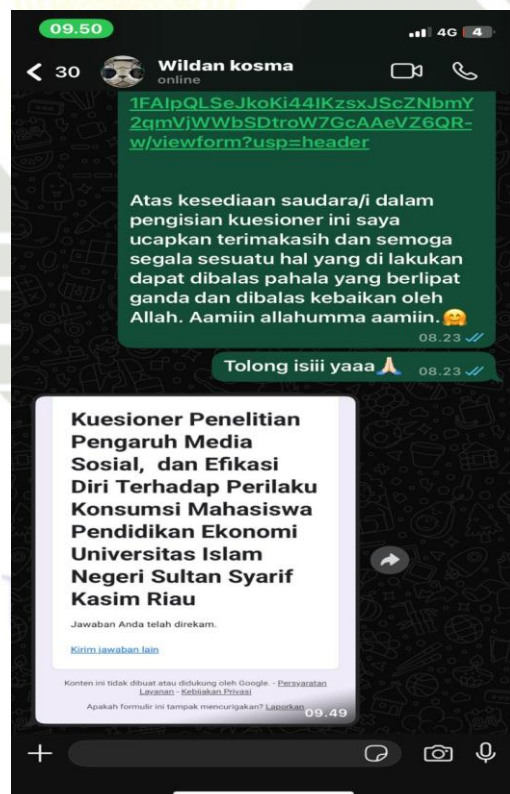
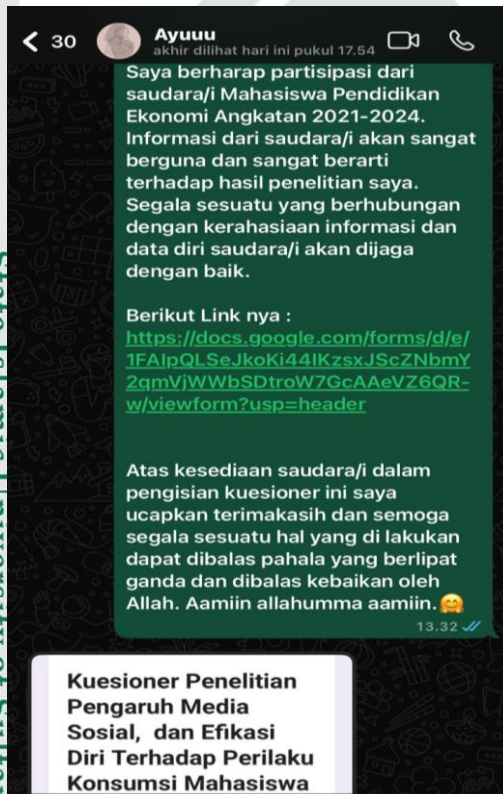
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

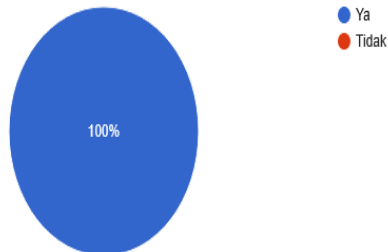




Apakah rata-rata waktu yang anda habiskan di media sosial setiap hari melebihi 5 jam?

55 jawaban

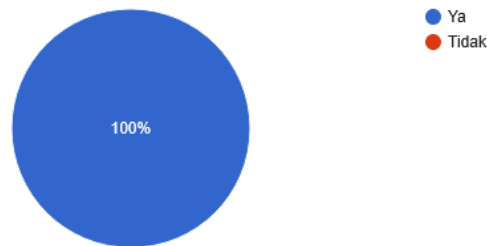
Salin diagram



a

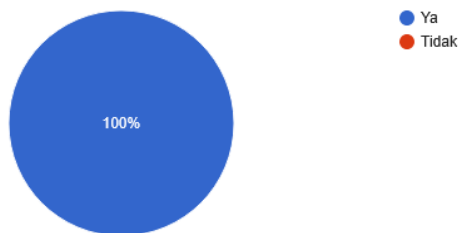
Apakah anda pernah melihat konten promosi produk di media sosial?

55 jawaban



Apakah anda pernah membeli produk setelah melihat promosi di media sosial, walaupun produk tersebut tidak terlalu kamu butuhkan?

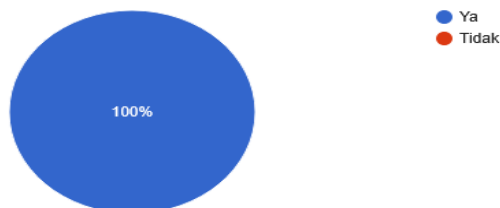
55 jawaban



si

Apakah anda merasa konten promosi di media sosial mempengaruhi perilaku konsumsi?

55 jawaban



sim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

docs.google.com/spreadsheets/d/1ZnP78cSQ3gOd02-IHusSS7JfKVaHaB0yXD7SVzL4rs/edit?resourcekey=&gid=

Ruang penyimpanan hampir habis. Jika ruang penyimpanan penuh, Anda tidak dapat membuat atau mengedit file, mengirim atau menerima email di Gmail, atau mencadangkan ke Google Foto. Dapatkan penyimpanan ekstra — dengan diskon 75% selama 3 bulan.

100% 123 Roboto 10 B I A

Timestamp	Email Address	Score	Nama	NIM (Nomor Induk Mahasiswa)	Jenis Kelamin	Tr Kelas
27/02/2025 10:15:10	dindaseptiana909@gmail.com		Dinda Septiana	12110621758	Perempuan	8b
27/02/2025 10:20:52	budik7073@gmail.com		Ilham julianda	12110611734	Laki-laki	Manajemen
27/02/2025 10:27:42	junaidaj3tjgtrm@gmail.com		Junaida	12110620257	Perempuan	C Manajemen
27/02/2025 10:31:55	adelamailani4@gmail.com		Adela mailani	1211062173	Perempuan	8b manajemen
27/02/2025 10:39:53	habib.thongkou11@gmail.com		Muhammad Habibullah	12110614873	Laki-laki	Alumni
27/02/2025 10:57:45	lianur483@gmail.com		Nurlia	12110620045	Perempuan	8 B manajemen
27/02/2025 11:00:18	niqmapku29@gmail.com		Wirdatul Nikma	12110620136	Perempuan	8b
27/02/2025 11:05:12	mirnahasibuan2503@gmail.com		Mirna Hasibuan	12110620243	Perempuan	8B
27/02/2025 11:06:34	deviherlinda@gmail.com		DEVI HERLINDA	12110622131	Perempuan	8C
27/02/2025 11:08:27	pw6411161@gmail.com		Putri wulandari	12110621646	Perempuan	8c

Form Responses 1

docs.google.com/spreadsheets/d/1ZnP78cSQ3gOd02-IHusSS7JfKVaHaB0yXD7SVzL4rs/edit?resourcekey=&gid=

Ruang penyimpanan hampir habis. Jika ruang penyimpanan penuh, Anda tidak dapat membuat atau mengedit file, mengirim atau menerima email di Gmail, atau mencadangkan ke Google Foto. Dapatkan penyimpanan ekstra — dengan diskon 75% selama 3 bulan.

100% 123 Roboto 10 B I A

Timestamp	Email Address	Score	Nama	NIM (Nomor Induk Mahasiswa)	Jenis Kelamin	Tr Kelas
27/02/2025 23:06:44	sitynurjannah03@gmail.com		Siti Nurzanah	12110623202	Perempuan	8C Pendidikan Ekonomi
27/02/2025 9:38:22	bsyahliani@gmail.com		Bunga Syahliani	12110621768	Perempuan	Manajemen C
27/02/2025 9:47:04	wildanainur1525@gmail.com		Wildan	12110611696	Laki-laki	7A
27/02/2025 10:02:57	12110621617@studenti		Halimatu syakdiah	12110621617	Perempuan	8B
27/02/2025 11:33:04	giasuhandaputri@gmail.com		Gia Suhanda Putri	121106211658	Perempuan	8
27/02/2025 14:07:41	dianrahmawati1717@gmail.com		DIAN RAHMAWATI	12110622098	Perempuan	C
27/02/2025 17:52:11	srirahyuaanggraini04@gmail.com		Sri Rahayu Anggraini	12110623906	Perempuan	B
27/02/2025 17:58:53	melatisocikaputri@gmail.com		Melati Socika Putri	12110622259	Perempuan	B
27/03/2025 4:51:48	12110621882@studenti		Siti Salsabila anifa	12110621882	Perempuan	8B
27/03/2025 7:45:15	wiwinsandari@gmail.com		WIWIN SANDARI	1	Perempuan	8

Form Responses 1



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KUESIONER PENELITIAN PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN EFIKASI DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASIWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SILTAN SYARIF KASIM RIAU

A. Pengantar

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh Puji syukur kehadiran Allah SWT, tuhan semesta alam yang maha pengasih lagi maha penyayang. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW Saya Dinda Septiana mahasiswa pendidikan ekonomi fakultas tarbiyah dan keguruan, universitas Islam negeri sultan Syarif kasim Riau saat ini sedang melakukan penelitian skripsi sebagai persyaratan kelulusan menjadi sarjana pendidikan (S.pd) . Sehubungan dengan skripsi saya yang berjudul, "**Pengaruh Media Sosial Dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau** " Maka saya memerlukan data dan informasi dari saudara/i. Oleh karena itu saya mengharapkan kesediaan dari saudara/i mengisi kuesioner yang telah disediakan. Jawaban atas pertanyaan yang saya ajukan adalah hal yang sangat bernilai untuk membantu saya dalam menyelesaikan penyusunan skripsi. Identitas yang diberikan akan menjadi rahasia dan tidak akan di salah gunakan. Demikian permohonan saya atas bantuan saudara/i untuk meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner ini saya mengucapkan banyak terima kasih. Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh, Salam hormat Dinda Septiana.

B. Identitas Responden

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Nama	RINI PERMATA SARI
2	Angkatan	<input type="checkbox"/> 2021 <input checked="" type="checkbox"/> 2022 <input type="checkbox"/> 2023 <input type="checkbox"/> 2024
3	NIM	12210620238
4	Media Sosial yang anda gunakan (boleh isi lebih dari 1)	<input checked="" type="checkbox"/> Instagram <input checked="" type="checkbox"/> Tiktok <input checked="" type="checkbox"/> Facebook <input checked="" type="checkbox"/> YouTube

Hak Cipta Diilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Petunjuk pengisian angket.

1. Pilihlah salah satu jawaban yang paling cocok dengan keadaan/persaan diri anda dengan memberi tanda check list (✓) Pada kolom pilihan yang tersedia
2. Alternatif jawaban yaitu
 - 1 = Tidak Pernah
 - 2 = jarang
 - 3 = Kadang-kadang
 - 4 = Sering
 - 5 =Sangat Sering

NO	Pernyataan	1	2	3	4	5
	Media Sosial (X1)					
1	Saya sering merasa tertarik pada konten promosi di media sosial,					✓
2	Saya sering memusatkan perhatian pada produk yang ditawarkan di media sosial.				✓	
3	Saya sering menghabiskan waktu untuk melihat berbagai produk yang dijual di media sosial,			✓		
4	Saya cenderung lebih banyak menghabiskan waktu di media sosial untuk mencari informasi tentang produk dari pada mencarinya di sumber lain.			✓		
5	Saya sering membuka media sosial berulang kali untuk melihat produk-produk yang ditawarkan.			✓		
6	Saya sering melihat konten influencer di media sosial beberapa kali dalam sehari.				✓	
7	Saya merasa tertarik untuk membeli suatu produk setelah melihat ulasannya di media sosial,				✓	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8	saya merasa tergoda untuk membeli produk yang sering saya lihat di media sosial.				✓	
	EFIKASI DIRI (X2)	1	2	3	4	5
1	Saya sering merasa mampu untuk mengendalikan diri untuk tidak membeli produk yang tidak saya butuhkan, meskipun banyak tawaran menarik di media sosial.				✓	
2	Saya sering merasa yakin dapat bersikap bijak dalam menghadapi godaan produk yang ditawarkan di media sosial	✓				
3	Saya sering merasa mampu membuat keputusan yang bijak tentang produk yang akan dibeli berdasarkan informasi yang saya dapatkan di media sosial	✓				
4	Saya sering merasa percaya diri dalam membuat keputusan pembelian setelah mengevaluasi ulasan produk di media sosial.			✓		
5	Saya sering percaya diri dalam menahan godaan untuk membeli produk yang saya tidak butuhkan setelah melihatnya di media sosial.		✓			
6	Saya sering merasa dapat menahan diri untuk tidak membeli produk meskipun sering melihat iklan menarik di media sosial.		✓			
7	Saya sering menemukan tawaran produk di media sosial, namun saya yakin sepenuhnya mampu mengabaikannya jika produk tersebut memang tidak saya butuhkan.			✓		
	Perilaku Konsumsi (Y)	1	2	3	4	5
1	Saya sering merasa membeli produk yang dipromosikan di media sosial bisa menjadi pilihan yang baik meskipun saya tidak membutuhkannya.				✓	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2	Saya cenderung merasa tertarik untuk membeli produk yang dipromosikan di media sosial, meskipun saya tidak benar-benar membutuhkan produk tersebut.				✓	
3	Saya sering merasa tergoda untuk membeli produk yang menarik perhatian saya di media sosial, meskipun saya tidak memerlukannya.				✓	
4	Saya sering merasa teman-teman saya akan mendukung keputusan saya jika saya membeli produk yang dilihat di media sosial.				✓	
5	Saya sering merasa membeli produk di media sosial adalah tren yang sebaiknya diikuti oleh semua orang.				✓	
6	Saya sering merasa sulit untuk mengontrol diri untuk tidak membeli produk hanya karena melihat iklan di media sosial.				✓	
7	Saya sering merasa sulit untuk menunda atau membatalkan keputusan pembelian setelah melihat produk yang dipromosikan di media sosial				✓	


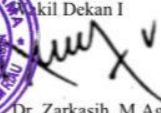


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 8

SK Pembimbing

 UIN SUSKA RIAU	KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN كلية التربية والتعليم FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING <small>Jl. H. R. Soebrantas No. 155 Km. 18 Tandanjong Raya Pekanbaru Riau 28293 P.O. BOX 1004 Telp. (0761) 561647 Fax. (0761) 561647 Web www.fk.uinsuska.ac.id E-mail: eflak_uinsuska@yahoo.co.id</small>										
<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 60%;"> Nomor : B-7503/Un.04/F.II.1/PP.00.9/04/2024 Sifat : Biasa Lampiran : - Hal : Pembimbing Skripsi </td> <td style="width: 40%; text-align: right;"> Pekanbaru, 25 April 2024 </td> </tr> </table>		Nomor : B-7503/Un.04/F.II.1/PP.00.9/04/2024 Sifat : Biasa Lampiran : - Hal : Pembimbing Skripsi	Pekanbaru, 25 April 2024								
Nomor : B-7503/Un.04/F.II.1/PP.00.9/04/2024 Sifat : Biasa Lampiran : - Hal : Pembimbing Skripsi	Pekanbaru, 25 April 2024										
<p>Kepada Yth. Hendra Riofita, MM Dosen Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau</p> <p><i>Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh</i></p> <p>Dengan hormat, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau menunjuk Saudara sebagai pembimbing skripsi mahasiswa :</p> <table border="0" style="width: 100%; margin-top: 10px;"> <tr> <td style="width: 30%;">Nama</td> <td>: DINDA SEPTIANA</td> </tr> <tr> <td>NIM</td> <td>: 12110621758</td> </tr> <tr> <td>Jurusan</td> <td>: Pendidikan Ekonomi</td> </tr> <tr> <td>Judul</td> <td>: Pengaruh Media Sosial Dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Pekanbaru</td> </tr> <tr> <td>Waktu</td> <td>: 6 Bulan terhitung dari tanggal keluarnya surat bimbingan ini</td> </tr> </table> <p>Agar dapat membimbing hal-hal terkait dengan Ilmu Pendidikan Ekonomi Redaksi dan Teknik Penulisan Skripsi, sebagaimana yang sudah ditentukan. Atas kesediaan Saudara dihatirkan terimakasih.</p> <div style="text-align: right; margin-top: 20px;"> <p>W a s s a l a m Dekan Wakil Dekan I  Dr. Zarkasih, M.Ag. NIP. 19721017 199703 1 004</p> </div>		Nama	: DINDA SEPTIANA	NIM	: 12110621758	Jurusan	: Pendidikan Ekonomi	Judul	: Pengaruh Media Sosial Dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Pekanbaru	Waktu	: 6 Bulan terhitung dari tanggal keluarnya surat bimbingan ini
Nama	: DINDA SEPTIANA										
NIM	: 12110621758										
Jurusan	: Pendidikan Ekonomi										
Judul	: Pengaruh Media Sosial Dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Pekanbaru										
Waktu	: 6 Bulan terhitung dari tanggal keluarnya surat bimbingan ini										
<p>Tembusan :</p> <p>Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau</p>											

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
 كلية التربية والتعليم
FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING
Jl. H. R. Soebrantas No. 155 Km. 18 Tampan Pekanbaru Riau 28293 PO. BOX 1004 Telp. (0761) 561647
 Fax. (0761) 561647 Web: www.fk.uinsuska.ac.id, E-mail: effak_uinsuska@yahoo.co.id

Nomor : B-10877/Un.04/F.II.1/PP.00.9/06/2025
 ifat : Biasa
 ampiran : -
 al : **Pembimbing Skripsi (Perpanjangan)**

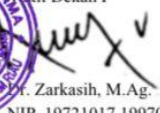
Pekanbaru, 03 Juni 2025

Kepada Yth.
 Hendra Riofita, MM
 Dosen Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
 Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Assalamu 'alaikum warhamatullahi wabarokatuh
 Dengan hormat, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau menunjuk Saudara sebagai pembimbing skripsi mahasiswa :

Nama : DINDA SEPTIANA
 NIM : 12110621758
 Jurusan : Pendidikan Ekonomi
 Judul : Pengaruh Media Sosial dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
 Waktu : 3 Bulan terhitung dari tanggal keluarnya surat bimbingan ini

Agar dapat membimbing hal-hal terkait dengan Ilmu Pendidikan Ekonomi dan Redaksi dan Teknik Penulisan Skripsi sebagaimana yang sudah ditentukan. Atas kesediaan Saudara dihatirkan terima kasih.

W a s s a l a m
 Dekan
 Wakil Dekan I

 H. Zarkasih, M.Ag.
 NIP. 19721017 199703 1 004

Tembusan :
 Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Lampiran 9

Pra Riset

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
 كلية التربية والتعليم
FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING
 Jl. H. R. Soebrantas No.155 Km 18 Tampan Pekanbaru Riau 28293 P.O. BOX 1004 Telp. (0761) 561847
 Fax. (0761) 561847 Web. www.ftk.uinsuska.ac.id, E-mail: ftk@uinsuska.ac.id

UIN SUSKA RIAU

Nomor : Un.04/F.II.3/PP.00.9/4980/2025
 Sifat : Biasa
 Amp. : -
 Tanggal : Mohon Izin Melakukan PraRiset

Pekanbaru, 10 Februari 2025

Kepada
 Yth. Kajur Pendidikan Ekonomi
 Fakultas Tarbiyah dan keguruan
 Universitas Islam negeri sultan Syarif kasim Riau
 di
 Tempat

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh
 Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini
 memberitahukan kepada saudara bahwa :

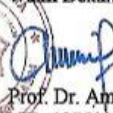
Nama : Dinda Septiana
 NIM : 12110621758
 Semester/Tahun : VIII (Delapan)/ 2025
 Program Studi : Pendidikan Ekonomi
 Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau

ditugaskan untuk melaksanakan Prariset guna mendapatkan data yang berhubungan dengan penelitiannya di Instansi yang saudara pimpin.

Sehubungan dengan itu kami mohon diberikan bantuan/izin kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian disampaikan atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalam
 a.n. Dekan
 Wakil Dekan III


 Prof. Dr. Amirah Diniaty, M.Pd. Kons.
 NIP. 19751115 200312 2 001



Lampiran 10

Balasan Pra Riset

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT KETERANGAN

Pekanbaru, 10 Februari 2025

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menerangkan bahwa :

Nama	: Dinda Septiana
NIM	: 12110621758
Semester	: VIII (Delapan)
Pendidikan	: S1 Pendidikan Ekonomi
Judul Penelitian	: Pengaruh Media Sosial dan Efikasi Diri terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Nama yang bersangkutan di atas di izinkan melaksanakan Pra Riset di Jurusan Pendidikan Ekonomi sesuai dengan judul penelitian tersebut.

Demikianlah surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ketua Prodi
Pendidikan Ekonomi

Ansharullah, SP., M.Ec
NIP. 19790707 200801 1 017

Lampiran 11

Surat Pengesahan Perbaikan Proposal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
كلية التربية والتعليم
FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING
Alamat: J. H. R. Soebarto Km. 15 Tampar. Pekanbaru Riau 28293 P.O. BOX 1004 Telp. (0761) 7077207 Fax. (0761) 21129

PENGESAHAN PERBAIKAN UJIAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Dinda Septiana
Nomor Induk Mahasiswa : 12110621758
Hari/Tanggal Ujian : Selasa, 14 Mei 2024
Judul Proposal Ujian : Pengaruh Media Sosial dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Isi Proposal : Proposal ini sudah sesuai dengan masukan dan saran yang dalam Ujian proposal

No	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN	
			PENGUJI I	PENGUJI II
1	Ristiliana, M.Pd.E.	PENGUJI I		
2	Wardani Purnama Sari, S.Ped, M.Pd. E	PENGUJI II		

Mengetahui
Pekanbaru,
Dekan
Wakil Dekan I



Dr. Zarkasih, M.Ag.
NIP. 19721017 199703 1 004

Peserta Ujian Proposal



Dinda Septiana
NIM. 12110621758

Lampiran 12

Surat Riset



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS TARBİYAH DAN KEGURUAN
كلية التربية والتعليم
FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING
Jl. H. R. Soebrandes No.155 Km.18 Tampan Pekanbaru Riau 28293 P.O. BOX 1004 Telp. (0761) 561647
Fax. (0761) 561647 Web www.fk.uinsuska.ac.id, E-mail: effak_uinsuska@yahoo.co.id

Nomor : B-6014/Un.04/F.II/PP.00.9/02/2025
Sifat : Biasa
Lamp. : 1 (Satu) Proposal
Hal : *Mohon Izin Melakukan Riset*

Pekanbaru, 26 Februari 2025

Kepada
Yth. Ketua Program Studi
Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
UIN Sultan Syarif Kasim Riau
Di Pekanbaru

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini memberitahukan kepada saudara bahwa :

Nama : Dinda Septiana
NIM : 12110621758
Semester/Tahun : VIII (Delapan) 2025
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan UIN Sultan Syarif Kasim Riau

ditugaskan untuk melaksanakan riset guna mendapatkan data yang berhubungan dengan judul skripsinya : PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN EFikasi DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
Lokasi Penelitian : Prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Sultan Syarif Kasim Riau
Waktu Penelitian : 3 Bulan (26 Februari 2025 s.d 26 Mei 2025)

Sehubungan dengan itu kami mohon diberikan bantuan/izin kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian disampaikan atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalam,
Dekan

Dr. H. Kadar, M.Ag.
NIP 19650521 199402 1 001

Tembusan :
Rektor UIN Sultan Syarif Kasim Riau

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran 13

Surat Telah Melakukan Riset

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT KETERANGAN

Pekanbaru, 22 April 2025

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menerangkan bahwa :

Nama	: Dinda Septiana
NIM	: 12110621758
Semester	: VIII (delapan)
Pendidikan	: S1 Pendidikan Ekonomi
Judul Penelitian	: Pengaruh Media Sosail dan Efikasi Diri terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Nama yang bersangkutan di atas benar telah melakukan penelitian di Jurusan Pendidikan Ekonomi sesuai dengan judul penelitian tersebut.

Demikianlah surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ketua Prodi
Pendidikan Ekonomi

Ansharyillah, SP., M.Ec
NIP. 19790707 200801 1 017

Lampiran 14

Surat Kegiatan Bimbingan Skripsi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
كلية التربية والتعليم
FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING
Alamat: J. H. R. Soebrantas Km. 15 Tampan Pekanbaru Riau 28293 PO. BOX 1004 Telp. (0761) 7077307 Fax. (0761) 21129

KEGIATAN BIMBINGAN MAHASISWA SKRIPSI MAHASISWA

1. Jenis yang dibimbing :
 - a. Seminar usul Penelitian : (Skripsi)
 - b. Penulisan Laporan Penelitian : -
2. Nama Pembimbing : Hendra Riofita, M.M
 - a. Nomor Induk Pegawai (NIP) : 130212082
3. Nama Mahasiswa : Dinda Septiana
4. Nomor Induk Mahasiswa : 12110621758
5. Kegiatan : Bimbingan Skripsi

No	Tanggal Konsultasi	Materi Bimbingan	Tanda Tangan	Keterangan
	4 Maret 2015	Bimbingan Instrumen		
	8 April 2015	Bimbingan Bab 4 dan 5		
	29 April 2015	Revisi Bab 4		
	22 Mei 2015	Bimbingan Abstrak		
	27 Mei 2015	Bimbingan Full Skripsi		
	5 Juni 2015	Acc Munqasah		

Pekanbaru,
Pembimbing,



Lampiran 15

SURAT KETERANGAN BEBAS TURNITIN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT KETERANGAN BEBAS UJI TURNITIN

Yang bertanda tangan di bawah ini Pengelola Uji Turnitin Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Menerangkan Bahwa :

Nama : Dinda Septiana
 NIM : 12110621758
 Fakultas/Jurusan : Tarbiyah dan Keguruan/Pendidikan Ekonomi

Mahasiswa tersebut di atas telah menyelesaikan Pengujian Hasil Turnitin di Pengelola Uji Turnitin dengan hasil 25%. Demikian surat ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 23 Juni 2025
 Mengetahui
 Pengelola Uji Turnitin



Naskah, S.Pd., M.Pd.E.
 NIP. 198908282023211031



© Hak



RIWAYAT HIDUP PENULIS

Dinda Septiana, lahir di Pekanbaru , 12 September 2003 merupakan anak pertama dari Bapak Rapaidin dan ibu Lisna Laili Efrida, pada tahun 2009 penulis memulai pendidikan sekolah Dasar Negeri 004 Padang Mutung. Kemudian pada tahun 2015 Penulis melanjutkan pendidikan di MTSN Negeri 02 Kampar, pada tahun 2018 penulis melanjutkan pendidikannya di SMAN 02 Kampar dan tamat pada tahun 2021. kemudian pada tahun yang sama penulis melanjutkan studi ke jenjang perguruan tinggi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan mengambil jurusan Pendidikan Ekonomi melalui jalur SBMPTN. Penulis mengikuti Progtan Kuluah Kerja Nyata (KKN) di desa Pangkalan Bunut pada 22 Juli 2024 dan Mengikuti Prantek Pengalaman Lapangan (PPL) 24 September 2024 di MA Ummatan Wasathan Pekanbaru.

Pada tahun 2025 tepatnya penulis melakukan penelitian di program studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul penelitian "PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN EFIKASI DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUSMI IRASIONAL MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU" dalam bimbingan Bapak Hendra Riofita, M. M. Dengan semangat, doa dan pertolongan dari Allah SWT akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir Skripsi. Pada 3 Juli 2025 penulis memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) pada sidang munaqasah Fakuktas Tarbiyah dan Keguruan Jurusan Pendidikan Ekonomi (PE) setelah mempertahankan skripsi di hadapan dewan penguji dan dinyatakan "LULUS" dengan predikat "SUMLAUDE"

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.