

ABSTRAK

PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z PADA PEMBELIAN *FASHION SNEAKERS* DI KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh

SAPITRI ROPITA SARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh media sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif generasi Z pada pembelian *fashion sneakers* di Kota Bandar Lampung. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode kausalitas. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *sneakers* di Kota Bandar Lampung, jumlah sampel dari penelitian ini sebanyak 190 sampel. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan metode pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner melalui *google form*. Metode analisis yang digunakan adalah *SmartPLS 3.2.9*. Hasil penelitian pengujian hipotesis *SmartPLS* menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup, media sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Kata Kunci — *Media Sosial, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif*

ABSTRACT

THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA AND LIFESTYLE ON THE CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF GENERATION Z ON THE PURCHASE OF FASHION SNEAKERS IN BANDAR LAMPUNG CITY

Sapitri Ropita Sari

The purpose of the study was to find the effect of social media and lifestyle on the consumptive behavior of generation z in purchasing fashion sneakers in the city of Bandar Lampung. This was a quantitative research using the causality method. The population in this study was the sneakers users in Bandar Lampung city. The number of the sample of this study was 190 samples. The sampling technique in this study used the non-probability sampling using the purposive sampling technique and the data collection method was carried out by distributing questionnaires through google form. The analytical method used SmartPLS 3.2.9. The result of the SmartPLS hypothesis testing found that social media had a significant effect on lifestyle, social media had a significant effect on consumptive behavior, and lifestyle had a significant effect on consumptive behavior.

Keywords: Social Media, Lifestyle, Consumptive Behavior