

Research Article

**PENGARUH PENDAPATAN, SOSIAL MEDIA, GAYA HIDUP, DAN JENIS
KELAMIN TERHADAP TINGKAT KONSUMSI MAHASISWA DI
YOGYAKARTA**

Nurul Rofiqoh Fauziah
Universitas Ahmad Dahlan
author. nurul1800010209@webmail.uad.ac.id

Article Info: Received: ## Month ##### | Revised: ## Month ##### | Accepted: ## Month #####

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan, sosial media, gaya hidup dan jenis kelamin terhadap tingkat konsumsi mahasiswa di Yogyakarta. Manfaat dari penelitian ini dapat mengetahui pengaruhnya pendapatan, sosial media, gaya hidup, dan jenis kelamin terhadap tingkat konsumsi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi di dalam penelitian ini yaitu mahasiswa aktif di Yogyakarta. Pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Sampel dipilih menggunakan rumus slovin diambil sampel sejumlah 100 mahasiswa. Pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis regresi linier berganda (*Multiple Regression*) dengan program SPSS versi 24 (*software*) sebagai alat bantu. Kesimpulan dari hasil penelitian ini pendapatan, sosial media, gaya hidup, dan jenis kelamin secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa di Yogyakarta. Selain itu dari hasil nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.467 atau 46.7%. nilai tersebut menunjukkan bahwa 46.7% tingkat konsumsi dipengaruhi oleh pendapatan, sosial media, gaya hidup, jenis kelamin. Sedangkan sisanya 53.3% dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak diteliti.

Keywords : Tingkat Konsumsi, Pendapatan, Analisis Regresi, Mahasiswa

How to Cite: Fauziah, Nurul Rofiqoh(2023). *Pengaruh Pendapatan, Sosial Media, Gaya Hidup, dan Jenis Kelamin terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa di Yogyakarta. Jurnal Ekonom-Qu, XX(X),xx-xx.* <https://dx.doi.org/1035448/jequ>.

INTRODUCTION

Daerah Istimewa Yogyakarta atau dikenal DIY memiliki luas daratan 3.186 km² dan berpenduduk 3.882.288 juta orang pada tahun 2020. Ini adalah satu-satunya kota di Pulau Jawa, dengan konsentrasi penduduk yang relatif tinggi di daerah lain seperti Sleman dan Kota Yogyakarta. DIY adalah komunitas belajar di mana banyak profesor papan atas, lembaga akademik, dan bahkan sekolah tinggi, memungkinkan setiap tahun sejumlah besar mahasiswa asing datang ke Yogyakarta untuk melanjutkan pendidikan mereka. Hal ini terlihat dari pertumbuhan jumlah perempuan Yogyakarta yang mencapai 387.695 orang pada tahun 2019.

Pertumbuhan penduduk dapat meningkatkan konsumsi secara keseluruhan. Meskipun besaran konsumsi yang dikeluarkan setiap orang atau setiap rumah tangga dengan biaya yang relatif rendah. maka besar konsumsi yang negara keluarkan akan begitu besar, apabila jumlah penduduknya sangat banyak. Berdasarkan usia, komposisi penduduk dibagi menjadi dua yaitu usia produktif serta tidak produktif, berdasarkan pendidikan (rendah, menengah dan tinggi) serta berdasar pada wilayah (pedesaan dan perkotaan). Tingkat konsumsi juga dipengaruhi oleh komposisi penduduk. Dimana tingkat konsumsi akan semakin besar bila penduduk usia produktifnya semakin banyak, tingkat pendidikan dan tingkat konsumsi yang semakin tinggi serta semakin banyaknya penduduk yang tinggal di perkotaan maka akan semakin tinggi juga pengeluaran untuk konsumsi (Lailani, 2022).

“Cara orang seseorang menghabiskan waktu dan uang mereka disebut sebagai gaya hidup mereka” (Engel, 1994). Gaya hidup orang telah berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Pusat perbelanjaan modern terkadang lebih disukai oleh beberapa konsumen daripada pasar tradisional karena orang cenderung menjalani gaya hidup yang lebih kontemporer. Guna mendorong konsumen untuk membeli, Yogyakarta dikenal memiliki banyak pusat perbelanjaan, antara lain mal, supermarket, minimarket, toko, dan butik (belanja). Masyarakat, termasuk mahasiswa, juga mengadopsi tren yang muncul. Beberapa mahasiswa mengenakan pakaian, alas kaki, dompet, dan aksesoris yang banyak diminati. Teknologi adalah subjek dimana perkembangan gadget terjadi dengan sangat cepat. Mahasiswa sangat tertarik dengan produk terbaru yang mereka lihat melalui gadget seperti, ponsel, kamera, dan aksesoris. Beberapa mahasiswa akan merasa ketinggalan zaman tanpa itu, menyebabkan mereka merasa tertekan untuk membelinya.

Menurut Kefgen dan Sprech, perempuan menghabiskan lebih banyak uang daripada remaja putra (Sonia, 2008). Remaja putri tidak ingin diidentikkan dengan zaman dahulu karena penampilan, terutama gaya rambut dan tata rias. Reynold dan Wells (Rahmatiah, 2020) mengklaim bahwa ketidaksetaraan gender dalam konsumsi lebih menguntungkan perempuan daripada laki-laki. Hal ini diakibatkan fakta bahwa wanita menghabiskan uang lebih besar ketimbang laki-laki guna membeli produk yang berhubungan dengan penampilan, seperti pakaian, sepatu, pemanis dan kosmetik. wanita dapat membeli produk termasuk sepatu, aksesoris, kosmetik, dan pakaian. Perempuan lebih mudah dipengaruhi oleh pemasaran, suka menjalin kenalan baru, dan memiliki kecenderungan untuk menghabiskan banyak uang untuk hobi dan kesenangan.

Hadirnya teknologi telah menyebabkan keinginan manusia selaku konsumen tidak akan pernah ada habisnya. Hadirnya teknologi justru membuat keputusan belanja menjadi lebih cepat daripada sebelum hadirnya teknologi. Hal ini dikarenakan kemajuan teknologi telah membuat

tampilan barang dan jasa yang dibutuhkan setiap orang menjadi lebih menarik dan lebih mudah untuk diidentifikasi, sehingga memudahkan orang untuk terus mencari barang dan jasa yang dibutuhkan setiap orang (Anggraeni & Setiaji, 2018). Bagian penting dari apa yang memengaruhi keputusan pembelian pelanggan adalah media sosial. Media sosial telah mempercepat arus informasi dengan mempermudah berbagi informasi dengan konsumen, memungkinkan mereka mempertimbangkan pengetahuan tersebut saat membuat keputusan tentang apa yang akan dibeli. Selain itu, pelanggan saat ini lebih menyukai rekomendasi media sosial dari pengguna produk daripada penawaran langsung atau penawaran yang terlihat di iklan (Indriyani et al., n.d.)

Pengeluaran rumah tangga untuk barang dan jasa dikenal sebagai konsumsi (Mankiw N. G., 2012). Pengeluaran konsumsi individu termasuk dalam pendapatan yang dibelanjakan. Tabungan mengacu pada bagian pendapatan yang tidak dibelanjakan (Dumairy, 1999). Setiap orang menghabiskan besaran konsumsi yang berbeda-beda. Ada perbedaan tingkat konsumsi antar orang karena ada perbedaan jumlah pengeluaran konsumen. Tingkat konsumsi seseorang, dalam hal ini tingkat konsumsi mahasiswa, dapat dipengaruhi oleh berbagai hal. pendapatan, sosial media, gaya hidup, dan jenis kelamin mahasiswa semuanya diasumsikan berdampak pada tingkat konsumsi mereka. Sumber pendapatan atau uang saku mahasiswa dapat berasal dari orang tua atau saudara kandung, beasiswa, atau pekerjaan. Beberapa mahasiswa sering membelanjakan pendapatan atau uang saku mereka untuk konsumsi, tanpa ada bagian dari pendapatan yang ditabung.

LITERATUR RIVIEW

Tingkat Konsumsi

Secara garis besar konsumsi adalah pengeluaran atas barang dan jasa yang dilakukan oleh rumah tangga dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan mereka yang melakukan pembelian. Dalam klasifikasinya, pengeluaran konsumsi dibagi menjadi dua hal besar, yaitu konsumsi untuk produk dan konsumsi untuk jasa. Kuantitas konsumsi yang dihabiskan oleh rumah tangga tergantung pada tingkat pendapatannya. Semakin banyak individu memiliki lebih banyak pendapatan, probabilitas konsumsi juga lebih tinggi. Pernyataan ini mengandung arti bahwa barang yang diproduksi dan kemudian dibeli oleh konsumen disebut barang konsumsi (Dumairy, 2004).

Pendapatan

Pendapatan dapat didefinisikan untuk mencakup semua bentuk pendapatan, termasuk pendapatan yang diperoleh melalui cara pasif. Disposable income adalah sisa nilai penghasilan dikurangi pajak yang wajib dibayar oleh penerima penghasilan (Sukirno S. , 2016). Untuk rumah tangga dan individu, pendapatan/penghasilan penjumlahan dari semua upah, gaji, keuntungan, pembayaran bunga, sewa, dan sumber penghasilan lainnya yang diperoleh oleh keluarga dan individu selama periode waktu tertentu (Case, 2007).

Sosial Media

Menurut beberapa penelitian oleh (Rehmood & M.I. Khan, 2011) menyatakan bahwa media sosial merupakan bentuk media Untuk memberi tahu orang lain tentang barang, layanan, merek, subjek, dan acara menarik lainnya, media sosial menyertakan sumber daya online yang dibuat, diperiksa, digunakan, dan disebar.

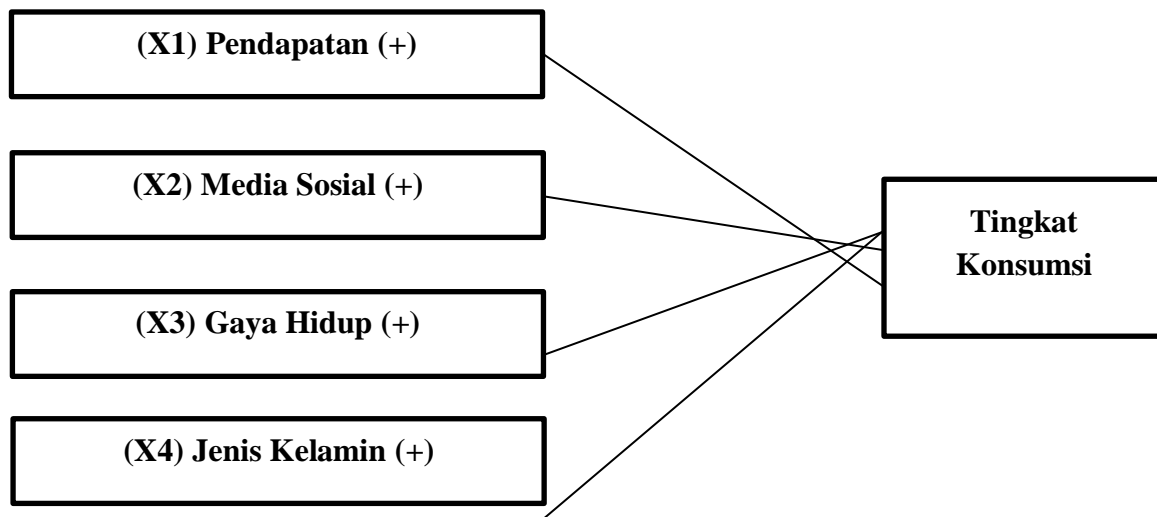
Gaya Hidup

Gaya hidup disebut sebagai cara seseorang hidup, serta bagaimana mereka mengatur waktu dan uang mereka. Motivasi konsumen, pengetahuan masa lalu, kelas sosial, demografi, dan faktor lainnya semuanya berperan dalam menentukan gaya hidup (Sasangko, 2009).

Jenis Kelamin

Gender dianggap sebagai perbedaan tugas, tanggung jawab, dan fungsi yang berlaku bagi laki-laki dan perempuan. Perbedaan dalam pekerjaan, tugas, dan tugas ini adalah hasil dari konstruksi sosial. Peran, tanggung jawab, dan kewajiban yang berlaku bagi laki-laki dan perempuan dapat berubah sebagai akibat dari perubahan masyarakat, menurut (Sasangko, 2009).

Theoretical Framework



Gambar 1. Theoretical Framework

RESEARCH METHODS

Ruang Lingkup Penelitian

Objek studi dalam penelitian ini dengan kriteria mahasiswa aktif Universitas pada Kota Yogyakarta. Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa aktif pada kota Yogyakarta sebanyak 387.695. Data populasi bersumber dari Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Yogyakarta.

Metode Penentuan Sampel

Pendekatan pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada pengambilan sampel probabilitas dan melibatkan pemilihan partisipan secara acak dari suatu populasi atau alam semesta dengan cara yang menjamin setiap partisipan memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih atau dikeluarkan. Teknik ini dikenal dengan simple random sampling (Sugiyono, 2014). Untuk memahami berapa banyak sampel yang dibutuhkan, para peserta dalam penelitian ini berkonsultasi dengan Rumus Slovin.

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

Metode Pengumpulan Data

Metode utama pengumpulan data untuk penyelidikan ini adalah melalui kuesioner. Menurut definisi (Sugiyono, 2013) kuesioner adalah cara pengumpulan data dimana responden diberikan pertanyaan tertulis untuk dijawab. Dalam penelitian ini, *Googleform* digunakan untuk mendistribusikan kuesioner secara online.

Metode Analisis

Metode penelitian yang digunakan tingkat konsumsi sebagai variabel dependen (terikat) serta pendapatan, sosial media, gaya hidup dan jenis kelamin sebagai variabel independen (bebas).

Bentuk umum model regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

1. Teknik Pengujian Data dan Analisis

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menunjukkan bahwa item penelitian yang diteliti dapat diukur dengan alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini. Uji validitas juga dilakukan untuk menilai akurasi alat ukur. Alat ukur asli adalah alat yang harus digunakan dalam berbagai kondisi dan pada berbagai periode dengan tetap memberikan hasil yang dapat diandalkan. Variabel kueri akan diterima jika ambang signifikansi adalah alpha 0,05 (Hadi, 2011).

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai akurasi alat ukur dalam penelitian. Menggunakan uji reliabilitas, Cronbach alpha digunakan untuk mengevaluasi ketergantungan pertanyaan kuesioner. Nilai cut-off minimal 0,6 digunakan untuk mengukur ketergantungan kuesioner. Dengan kata lain, jika koefisien cronbach alpha kuesioner lebih dari 0,60, itu dapat diandalkan dan cocok untuk digunakan dalam penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Normalitas

Tes ini menetapkan apakah data yang digunakan didistribusikan secara rutin atau tidak. Jika data yang digunakan berdistribusi normal, maka hasil pengujian variabel lebih dipercaya untuk pengambilan keputusan dibandingkan jika tidak. Data dikatakan berdistribusi teratur jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 atau 5%.

b. Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan alat yang digunakan sebagai rangkaian dalam uji asumsi klasik terhadap data, untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara variabel bebas satu dengan yang lainnya. Uji multikolinearitas dapat dilihat melalui nilai VIF < 10.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Simultan

Menurut (Ghozali, 2013) Uji F memastikan apakah setiap variabel independen dalam model penelitian mempengaruhi setiap variabel dependen secara kumulatif

b. Uji T (Parsial)

Pada dasarnya, uji t-statistik mengungkapkan sejauh mana masing-masing variabel independen memberikan kontribusi terhadap variasi variabel dependen, (Ghozali, 2011)

c. Uji Apriori

Apriori adalah algoritma terkenal yang mencari kumpulan item yang sering muncul menggunakan metode aturan asosiasi. Apriori menggunakan pengetahuan tentang frequent itemset yang diketahui sebelumnya untuk menganalisis informasi lebih lanjut.

Dengan memperhatikan dukungan minimum, algoritma membuat penentuan apriori dari kandidat yang mungkin muncul (Alfaris, 2019).

RESULT & EXPLANATION

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas Sosial Media

Pernyataan	Nilai Pearson's Correlation Product Moment	Keterangan
Butir 1	0.476	Valid
Butir 2	0.701	Valid
Butir 3	0.750	Valid
Butir 4	0.697	Valid
Butir 5	0.699	Valid
Butir 6	0.692	Valid
Butir 7	0.674	Valid
Butir 8	0.715	Valid
Butir 9	0.671	Valid
Butir 10	0.605	Valid

Sumber: hasil olah data primer, 2022

Berdasarkan hasil uji validitas diatas dapat dikatakan bahwa semua pernyataan variabel sosial media sebagai X2 dinyatakan sah atau valid, dapat dinyatakan valid apabila r hitung $>$ r table, dimana yang digunakan yakni sebesar 0.154. maka dari itu dapat dikatakan bahwa pernyataan kuesioner variabel sosial media (X2) valid.

Tabel 2. Uji Validitas Gaya Hidup

Pernyataan	Nilai Pearson's Correlation Product Moment	Keterangan
Butir 1	0.741	Valid
Butir 2	0.655	Valid
Butir 3	0.754	Valid
Butir 4	0.634	Valid
Butir 5	0.747	Valid
Butir 6	0.706	Valid
Butir 7	0.666	Valid
Butir 8	0.725	Valid
Butir 9	0.655	Valid
Butir 10	0.727	valid
Butir 11	0.366	valid
Butir 12	0.706	valid
Butir 13	0.855	valid
Butir 14	0.726	valid
Butir 15	0.699	valid

Pernyataan	Nilai Pearson's Correlation Product Moment	Keterangan
Butir 16	0.837	valid
Butir 17	0.788	valid
Butir 18	0.814	valid
Butir 19	0.745	valid
Butir 20	0.491	valid
Butir 21	0.585	valid
Butir 22	0.338	valid
Butir 23	0.389	valid

Sumber: hasil olah data primer, 2022

Berdasarkan hasil uji validitas diatas dapat dikatakan bahwa semua pernyataan variabel Gaya Hidup sebagai X3 dinyatakan sah atau valid, dapat dinyatakan valid apabila r hitung $>$ r table, dimana yang digunakan yakni sebesar 0.154. maka dari itu dapat dikatakan bahwa pernyataan kuesioner variabel gaya hidup (X2) valid.

Uji Reabilitas

Tabel 3. Uji Reabilitas

Variabel	Cornbach's Alpha	Keterangan
Sosial Media	0.864	Reliabel
Gaya Hidup	0.946	Reliabel

Sumber: hasil olah data primer, 2022

Berdasarkan temuan uji validitas tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa semua variabel gaya hidup (X3) dan karakteristik media sosial (X2) reliabel karena nilai koefisien alpha lebih besar dari 0,6 sehingga instrumen tersebut dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 4. Uji Normalitas

	Asymp. Sig.	Kesimpulan
Unstandardized Residual	0.649	Normal

Sumber: hasil olah data primer, 2022

Nilai signifikansi 0,649 $>$ 0,05 menunjukkan bahwa temuan data terdistribusi secara teratur sesuai dengan uji normalitas metode Kolmogrov-Smirnov. Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa pendekatan tersebut lolos uji normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Pendapatan	0.847	1.180	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Sosial Media	0.865	1.156	
Gaya Hidup	0.715	1.398	

Jenis Kelamin	0.766	1.306	
---------------	-------	-------	--

Sumber: hasil olah data primer, 2022

Dari hasil output pada tabel coefficients nilai VIF atau Variance Inflation Factor Di bawah angka 10 terdapat pada masing-masing variabel ($VIF < 10$). Model tidak memiliki multikolinearitas jika nilai VIF tidak lebih besar dari 10.

Uji Hipotesis

1. Regresi Linie Berganda

Tabel 6. Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien	T	p-value
Pendapatan	0.363	7.797	0.000
Sosial Media	0.026	5.616	0.047
Gaya Hidup	0,012	2.009	0.043
Jenis Kelamin	0.210	2.254	0.026
F	22.695		
Prob F	0.000		
R ²	0.489		

Sumber: hasil olah data primer, 2022

- 1) Bilangan konstanta (a) bertanda positif yaitu sebesar 7.797, artinya apabila variabel pendapatan (X1), sosial media (X2), gaya hidup (X3), jenis kelamin (X4) dianggap konstan, dan tidak memperlakukan pengeluaran responden, maka tingkat konsumsi (Y) akan sebesar Rp. 7.797.
- 2) Koefisien pendapatan (b_1) bertanda positif yaitu sebesar 0.363, artinya jika variabel pendapatan mengalami peningkatan sebesar Rp.10.000,00 satuan, maka tingkat konsumsi akan naik sebesar Rp 3630 dengan asumsi variabel lain dalam keadaan konstan atau tidak berubah.
- 3) Koefisien sosial media (b_2) bertanda positif yaitu sebesar 0.026 menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh terhadap tingkat konsumsi (Y). maka tingkat konsumsi akan naik sebesar Rp.260,00 dengan asumsi variabel lain dalam keadaan konstan atau tidak berubah.
- 4) Koefisien gaya hidup (b_3) bertanda positif yaitu sebesar 0.012 menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap tingkat konsumsi (Y). maka tingkat konsumsi akan naik sebesar Rp.120,00 dengan asumsi variabel lain dalam keadaan konstan atau tidak berubah.
- 5) Koefisien jenis kelamin (b_4) bertanda positif yaitu sebesar 0.210 menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh terhadap tingkat konsumsi (Y). maka tingkat konsumsi akan naik sebesar Rp.2100,00 dengan asumsi variabel lain dalam keadaan konstan atau tidak berubah.

2. Uji Apriori

Tabel 7. Uji Apriori

Variabel	Hipotesis	Hasil	Kesimpulan
Pendapatan	+	+	Sesuai
Sosial Media	+	+	Sesuai
Gaya Hidup	+	+	sesuai
Jenis Kelamin	+	+	sesuai

Sumber: hasil olah data primer, 2022

Berdasarkan output pada tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel bebas lolos uji apriori.

3. Uji T Parsial

Tabel 8. Uji T Parsial

Variabel	T hitung	T tabel	Kesimpulan
Pendapatan	5.616	0.000	Signifikan
Sosial Media	2.009	0.047	Signifikan
Gaya Hidup	2.054	0.043	Signifikan
Jenis Kelamin	2.254	0.026	Signifikan

Sumber: hasil olah data primer, 2022

- a. Koefisien pendapatan (b1) bertanda positif berdasarkan perhitungan secara parsial, sebesar 0,363, t hitung 7,797, dan p-value 0,000. Nilai p-value pertama-tama harus dibagi dua untuk hipotesis satu arah, menghasilkan $0,000 : 2 = 0,000$. Karena p-value lebih kecil dari kriteria signifikansi ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat dikatakan bahwa pendapatan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi. Oleh karena itu, disepakati bahwa hipotesis pertama yang menyatakan “Penghasilan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa di Yogyakarta” diterima.
- b. Koefisien sosial media (b2) bertanda positif berdasarkan perhitungan secara parsial, sebesar 0,026, t hitung 5.616, dan p-value 0,047. Nilai p-value pertama-tama harus dibagi dua untuk hipotesis satu arah, menghasilkan $0,047 : 2 = 0,023$. Karena p-value lebih kecil dari kriteria signifikansi ($0,023 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat dikatakan bahwa sosial media memiliki dampak positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi. Oleh karena itu, disepakati bahwa hipotesis pertama yang menyatakan “Sosial Media Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa di Yogyakarta” diterima.
- c. Koefisien gaya hidup (b3) bertanda positif berdasarkan perhitungan secara parsial, sebesar 0,012, t hitung 2.009, dan p-value 0,043. Nilai p-value pertama-tama harus dibagi dua untuk hipotesis satu arah, menghasilkan $0,043 : 2 = 0,021$. Karena p-value lebih kecil dari kriteria signifikansi ($0,021 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat dikatakan bahwa gaya hidup memiliki dampak positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi. Oleh karena itu, disepakati bahwa hipotesis pertama yang menyatakan “Gaya Hidup Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa di Yogyakarta” diterima.
- d. Koefisien gaya hidup (b4) bertanda positif berdasarkan perhitungan secara parsial, sebesar 0,210, t hitung 2.254, dan p-value 0,026. Nilai p-value pertama-tama harus dibagi dua untuk hipotesis satu arah, menghasilkan $0,026 : 2 = 0,013$. Karena p-value lebih kecil dari kriteria signifikansi ($0,013 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat dikatakan bahwa jenis kelamin memiliki dampak positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi. Oleh karena itu, disepakati bahwa hipotesis pertama yang menyatakan “Jenis Kelamin Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa di Yogyakarta” diterima.

4. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 9. Uji F Simultan

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	15.125	4	3.781	22.695	.000 ^b
Residual	15.828	95	.167		
Total	30.954	99			

Sumber: hasil olah data primer, 2022

F yang dihitung adalah 22.695 dan prob F adalah 0.000 sebagai hasil dari perhitungan simultan. Karena kenyataan bahwa prob F di bawah tingkat signifikansi ($0.000 < 0.05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

5. Koefisien Determinasi R^2

Mencari nilai koefisien determinasi penting untuk menentukan seberapa besar faktor independen dapat menjelaskan variabel dependen (R^2). Persentase faktor independen yang menjelaskan variabel dependen ditunjukkan oleh koefisien determinasi. Hasil perhitungan adalah 0.467 atau sebesar 46.7% untuk koefisien determinasi. Angka ini menunjukkan bagaimana pendapatan, sosial media, gaya hidup, dan jenis kelamin berdampak pada 46.7% terhadap tingkat konsumsi mahasiswa. Sedangkan tambahan variabel independen yang belum diteliti mempengaruhi sisanya sebesar 53.3%

CLOSING

Conclusion

Kesimpulan dari penelitian yang berjudul pengaruh Pendapatan, Sosial Media, Gaya Hidup, dan Jenis Kelamin terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa di Yogyakarta. Dengan variabel yang berbeda-beda yaitu Pendapatan (X1), Sosial Media (X2), Gaya Hidup (X3), dan Jenis Kelamin (X4) serta Tingkat Konsumsi (Y) telah diuji menggunakan regresi linier berganda dari 100 responden yang digunakan dan kemudian diambil beberapa kesimpulan dari hasil variabel yang telah diperiksa bahwa variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa di Yogyakarta yaitu Pendapatan (X1), Sosial Media (X2), Gaya Hidup (X3), dan Jenis Kelamin (X4).

Advice

- Mahasiswa harus menggunakan uang mereka secara bijaksana
- Bijaksana dalam menggunakan sosial media, mahasiswa tidak seharusnya mengonsumsi barang maupun jasa hanya karena apa yang dilihat dari sosial media yang diakses.
- mahasiswa hendaknya menahan diri untuk tidak terlalu memanjakan diri dengan produk dan jasa hanya karena mereka menjalani gaya hidup yang condong ke arah konsumsif.
- Saran yang diberikan kepada mahasiswa laki-laki yaitu agar dapat mengatur pengeluaran konsumsinya secara bijak.
- perlu memasukkan variabel lain di luar empat variabel bebas yang dipakai pada penelitian ini, yang merupakan saran yang dapat diberikan kepada peneliti selanjutnya.

BIBLIOGRAPHY

- Alfaris, A. T. (2019). PENGARUH PENDAPATAN DAN GAYA HIDUP . *Jurnal Manajemen dan Bisnis Jurnal Manajemen dan Bisnis* .
- Anggraeni, E., & Setiaji, K. (2018). Pengaruh Media Sosial dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Economic Education Analysis Journal*, 7(1).
- Case, F. &. (2007). *Prinsip-Prinsip Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Dumairy. (1999). *Perekonomian Indonesia*. Yogyakarta: Erlangga.
- Dumairy. (2004). *Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis MultiVariate Dengan Aplikasi SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. (2011). *Analisis Regresi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Lailani, S. &. (2022). Analisis Pendapatan dan Jumlah Penduduk terhadap Tingkat Konsumsi di Provinsi Aceh. *Jurnal Studi Pembangunan*, 34.
- Mankiw, N. G. (2012). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rahmatiah, N. Y. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, dan Jenis Kelamin terhadap Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Matematika UIN Alaudin Makasar. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*.
- Sasangko. (2009). *Konsep dan Teori Gender*. Jakarta: PUSAR Pelatihan Gender dan.
- Sonia, E. (2008). Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa UNIKA Soegijapranata Ditinjau dari External Locus of Control. *Skripsi*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, S. (2016). *Makroekonomi:Teori Pengantar, Edisi 3*. Jakarta: Rajawali Pers.