**PENGARUH INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA *ONLINE SHOPPING***

***FASHION* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF**

**(Studi Kasus Masyarakat Jalan Printis Kemerdekaan Gang Kalimantan**

**Dusun IV Desa Tanjung Morawa B, Kecamatan Tanjung Morawa**

**Deli Serdang )**

**SKRIPSI**

***Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam***

***Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi***

***Jurusan Manajemen***

**OLEH :**

**SOFIE ANISA**

**NPM : 163114236**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUSLIM NUSANTARA AL WASHLIYAH**

**MEDAN**

**2020**

****

****

**PENGARUH INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA ONLINE *SHOPPING FASHION* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF**

**SOFIE ANISA**

**NPM : 163114236**

**ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Instagram Sebagai Media *Online Shopping Fashion* Terhadap Perilaku Konsumtif. Tujuan penelitian untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Instagram Sebagai Media *Online Shopping Fashion* Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Masyarakat Jalan Printis Kemerdekaa Gang kalimantan Dusun IV Desa Tanjung Morawa B, Kecamatan Tanjung Morawa Deli Serdang)”. Populasi dalam penelitian ini adalah 80 Orang dan digunakan seluruhnya sebagai sample jenuh pada Pada Masyarakat Jalan Printis Kemerdekaa Gang kalimantan Dusun IV Desa Tanjung Morawa B, Kecamatan Tanjung Morawa Deli Serdang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan data sekunder. Data diproses dengan menggunakan SPSS versi 23.0 for windows. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana, dengan rumus Y= a+bX, dan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Instagram Sebagai Media *Online Shopping Fashion* Terhadap Perilaku Konsumtif. menggunakan uji t (parsial). Hasil uji regresi linier diperoleh persamaan Y = 6.008 + 0,834X, Mengetahui diterima atau tidaknya hipotesis dalam penelitian ini, digunakan teknik uji thitsecara parsial terhadap variabel dependent adalah variabel Instagram Sebagai Media *Online Shopping Fashion* (X) memiliki nilai t hitung > t tabel (11.281> 1,66), artinya berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Dengan demikian Ha diterima karena thit> ttab. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel Instagram Sebagai Media *Online Shopping Fashion* atau variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap prilaku kosnumtif variabel terikat pada Masyarakat Jalan Printis Kemerdekaa Gang kalimantan Dusun IV Desa Tanjung Morawa B, Kecamatan Tanjung Morawa Deli Serdang

**Kata Kunci : Instagram Sebagai Media *Online Shopping Fashion*, Perilaku**

 **Konsumtif**