

BAB I

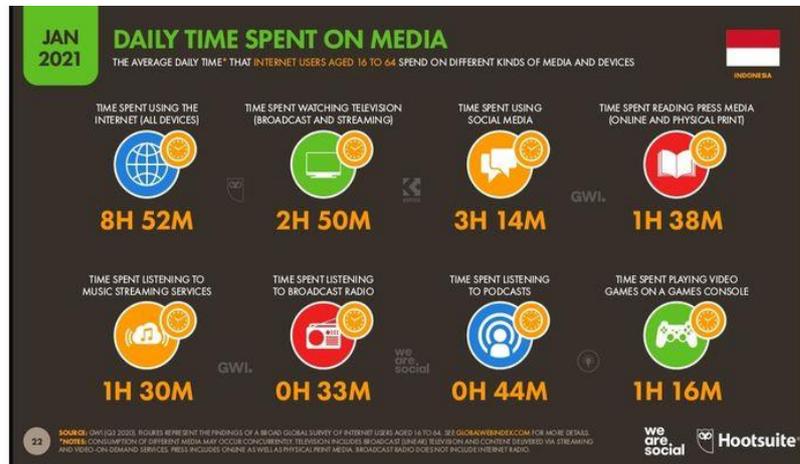
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Era Globalisasi melanda keseluruhan bagian dunia tak terkecuali dinegera Indonesia, sebagai negara kepulauan yang ditempati oleh berjuta penduduk seperti dilansir dalam Badan Pusat Statistik "Hasil dari sensus penduduk pada September 2020 tercatat 270,2 juta jiwa jumlah penduduk Indonesia, jumlah ini mengalami peningkatan dibanding sensus penduduk pada tahun 2010" (BPS, 2020). Indonesia adalah salah satu dari berbagai Negara didunia yang terdampak akan globalisasi. Globalisasi membuat perubahan besar terhadap pola pikir masyarakat, hal ini berdampak pada kebiasaan-kebiasaan yang ada diakibatkan oleh bertambahnya ilmu pengetahuan dan kecanggihan dari teknologi. Saat ini hampir setiap orang memiliki *smartphone* yang memungkinkan seseorang untuk mengakses internet dan berseluncur demi memenuhi berbagai kebutuhan, baik mengakses internet untuk mendapatkan pengetahuan, berbelanja, atau hanya sekedar mencari teman atau berkomunikasi dengan orang lain melalui media sosial.

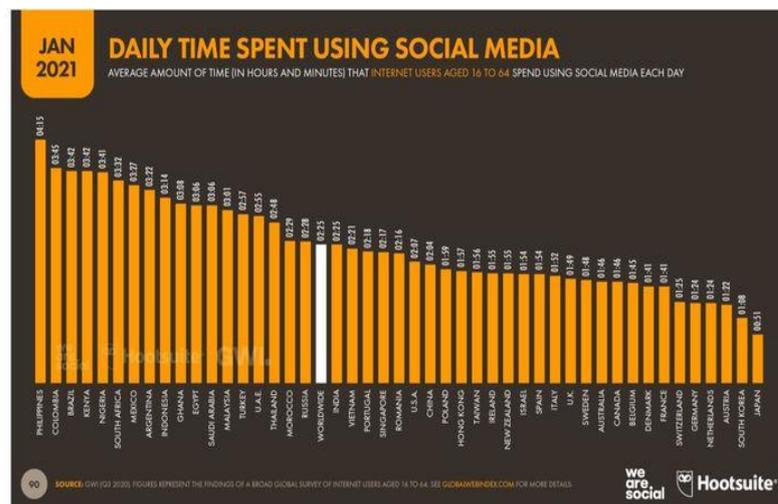
Kemudahan yang didapat dalam mendekatkan yang jauh dengan berbagai fitur yang ada saat ini, media sosial sangat mudah diakses oleh setiap kalangan baik dari kalangan remaja sampai dewasa, walaupun ada beberapa batasan yang dibuat untuk mengatur kenyamanan dari pengguna media sosial seperti batasan pada umur pengguna ataupun konten yang dibuat, tapi tak jarang terjadi banyak penyalahgunaan dan pelanggaran yang dilakukan oleh pengguna media sosial. Seperti media sosial yang tetap diakses oleh anak dibawah umur dengan memanipulasi umur saat pembuatan akun, ataupun pembuatan konten yang melanggar norma yang ada dan pelanggaran lainnya. Walaupun terbilang ada beberapa dampak negatif pada penggunaan media sosial, tapi tidak dapat kita pungkiri bahwa media sosial juga memberi banyak manfaat pada penggunanya. Bahkan saat ini kita dihadapkan pada kemudahan yang bisa kita akses sehingga kita betah berlama lama dengan *gadget* kita untuk mengakses media sosial, hal

ini dapat memicu kecanduan terhadap gadget yang memberi dampak besar pada kehidupan kita.



Gambar 1.1

Data penggunaan waktu dalam mengakses media diindonesia
(Sumber: kompas.com, 2021)



Gambar 1.2

Data peringkat waktu penggunaan media sosial di dunia
(Sumber: kompas.com, 2021)

Menurut gambar diatas menjelaskan bahwa dari keseluruhan penduduk Indonesia ada sekitar 170 juta dari penduduk Indonesia adalah pengguna media sosial aktif yang artinya sekitar 61,8 persen dari total populasi pada januari 2021, dirangkum dalam kompasTekno dari *we are Social*, Selasa 23 Februari 2021

waktu yang dihabiskan orang Indonesia untuk mengakses internet per hari rata-rata yaitu 8 jam 52 menit dan Indonesia masuk dalam kategori 10 negara teratas yang kecanduan dalam mengakses media sosial, dan aplikasi yang paling banyak digunakan secara berurutan yakni *youtube*, *whatsapp*, *instagram*, *facebook* lalu *twitter* (Kompas.Com, 2021). Dari data tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa lebih dari setengah populasi di Indonesia merupakan pengguna aktif dari media sosial dan bahkan beberapa pengguna menggunakan media sosial dalam waktu yang tergolong lama.

Media sosial mulai berkembang yang awalnya hanya bisa chat dengan fitur yang sangat terbatas dan jangkauan yang juga terbatas, saat ini dengan berkembangnya teknologi, berkembang pula fitur-fitur yang ada di media sosial, saat ini media sosial bukan hanya dibuat sebagai ajang seseorang berkomunikasi atau hanya sekedar mencari teman untuk berbincang ataupun sekedar berkiriman pesan, saat ini media sosial berkembang menjadi tempat seseorang memulai bisnis, melakukan perdagangan, transaksi jual beli, pendidikan, akses pengetahuan, melalui media sosial. Tidak cukup sampai di sana saat ini juga media sosial berfungsi sebagai panggung dalam dunia fashion dari para artis-artis yang ada di media sosial, tempat berbagi tips-tips kecantikan, resep makanan, kuliner, gaya berbusana, *make up* dan lainnya. Banyak sekali para remaja yang mengakses internet ataupun media sosial, hanya untuk menonton acara *fashion*, gelaran busana atau konten-konten yang memuat tentang gaya hidup. Bahkan tidak sedikit remaja yang menjadikan media sosial sebagai panggung untuknya menunjukkan dirinya seperti memposting tentang gaya berbusananya, cara *make up*, makanan, liburan, dan lain sebagainya.

Media sosial saat ini banyak digunakan juga untuk menunjukkan eksistensi diri yang berlebihan, sampai tidak terlihat lagi batas antara dunia nyata dan kehidupan di dunia maya. Seseorang bahkan tak bisa lepas dari *gadget* mereka, mengingat saat ini masyarakat telah menjadikan akses terhadap media sosial sebagai kebutuhan primer, dikarenakan kebutuhan terhadap informasi, hiburan, pendidikan dan akses pengetahuan dari berbagai belahan bumi. Hal ini membuat kita dapat mengakses semuanya dalam satu gengaman.

Peluang ini dapat ditangkap oleh para pelaku usaha dalam mengembangkan bisnis mereka kedalam media sosial, dimana para pengguna ataupun konsumen dari produk yang dijual berkumpul semua dimedia sosial tidak terpacu pada beberapa usia karena pengakses media sosial tersebar diberbagai kalangan baik usia muda ataupun dewasa, baik dari kalangan bawah sampai kalangan atas. Melalui pesan pesan ataupun video dan gambar yang kadang kita lihat dalam media sosial terkadang terselip pesan konvensional yang mengajak kita untuk mengikuti suatu gaya atau suatu trend yang saat ini bermunculan. Hal ini membuka peluang lebih besar bagi pelaku usaha. “Saat ini 90% anak muda diindonesia menggunakan media sosial dan jejaring sosial” (Merdeka.Com, 2021).

Dari data tersebut dapat kita lihat bahwa perkembangan teknologi yang semakin maju dan masyarakat Indonesia yang menyambut hangat akan perkembangan teknologi dan arus globalisasi yang ada, tak dapat dipungkiri bahwa media berperan aktif terhadap gaya hidup saat ini baik media elektronik, cetak, maupun *online*. Dalam hal ini peluang untuk mempengaruhi gaya hidup dari para remaja sangat besar karena biasanya para remaja sangat memperhatikan penampilan dan cara berbusana mereka, dan tidak jarang untuk melakukan peniruan atas trend atau suatu gaya yang dianggap cocok untuk dirinya. Dilihat pada era globalisasi saat ini media sosial mengambil peran tidak hanya sebagai media untuk bersosialisasi tapi juga menjadi bagian dari gaya hidup remaja terutama mahasiswa.

Mahasiswa adalah orang yang seharusnya menggunakan sebagian besar waktunya untuk belajar, berorganisasi untuk menambah kemampuan, keterampilan, keahlian, kecakapan dan melakukan hal hal yang positif untuk lingkungan sekitarnya, yang berpikir rasional terhadap perkembangan teknologi, memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada untuk hal yang bermanfaat untuk dirinya dan lingkungannya, juga memilih sesuatu lebih terhadap kebutuhan bukan kepuasan, tidak tergodakan pengaruh perkembangan luar dan fokus dengan perkuliahannya. Gambaran tersebut kiranya mulai bergeser kearah mahasiswa yang cenderung lebih konsumtif seperti yang kita lihat mulai dari cara

berpakaian, *make up*, barang-barang yang dipakai cenderung mencerminkan orang-orang yang melakukan perilaku konsumtif berlebih. Ada beberapa faktor yang dapat menyebabkan perubahan pada pola pikir mahasiswa dalam mengonsumsi suatu produk, perilaku konsumtif ini yang kemudian menjadi sebuah kebiasaan dan menjadi sebuah gaya hidup.

Penggunaan media sosial para mahasiswa dapat menjadi salah satu faktor pengaruh terhadap gaya hidup dari mahasiswa tersebut, seperti yang penulis sendiri rasakan di Jurusan Administrasi Bisnis di Politeknik Negeri Sriwijaya yang menjadi tempat pembelajaran bagi penulis, kerap kali mendengar perbincangan oleh mahasiswa tentang video dari artis favorit, grup band favorit mereka atau video-video dari para konten kreator yang berakhir dengan perbincangan busana yang digunakan oleh artis tersebut, barang-barang yang digunakan ataupun cara *make up* dari *public figure* tersebut. Cara berbusana dan lainnya yang biasa menjadi topik hangat dalam perbincangan antar mahasiswa bukan hanya sumber dari artis favorit mereka tak jarang juga mereka memperbincangkan gaya berbusana mereka satu sama lain atau gaya hidup dari mahasiswa lainnya yang sebelumnya mereka lihat diberanda media sosial mereka, tak jarang juga dari perbincangan atau dialog yang dilakukan mereka menelusuri ragam cara berbusana yang serupa, dimana membelinya dan warna apa yang kira-kira cocok untuk pribadi mereka. Tak jarang juga terlihat di beranda media sosial penulis, mahasiswa dari Jurusan Administrasi Bisnis mengunggah lebih banyak tentang gaya hidup mereka ketimbang kegiatan utama mereka dikuliah, seperti tutorial *make up* mereka, ragam busana mereka, mereka belanja, liburan ataupun jalan-jalan. dalam kasus ini penulis berasumsi bahwa ada beberapa pengaruh yang terjadi yang diakibatkan oleh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa yang ada di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam lagi apa saja pengaruh dari penggunaan media sosial terhadap gaya hidup yang ada pada mahasiswa khususnya mahasiswa di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Media

Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Penyusunan Laporan Akhir ini akan diberikan ruang lingkup permasalahan, hal ini diharapkan agar penelitian yang dilakukan terarah dan tidak menyimpang dari batasan batasan yang ditentukan. Penelitian ini akan dilakukan di Politeknik Negeri Sriwijaya pada mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis yang aktif dalam bermedia sosial.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penulisan laporan akhir ini untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

1.4.2 Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Dengan melakukan penelitian ini diharapkan agar penulis dapat menambah wawasan terutama dalam bidang manajemen pemasaran, memahami ilmu-ilmu baik teori-teori yang telah dipelajari dibangku perkuliahan dan bagaimana bentuk realisasi dikehidupan nyata, dan melatih cara berfikir kritis dalam menghadapi suatu masalah.

b. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi para pelaku usaha untuk lebih memanfaatkan media sosial dan menyesuaikan strategi pemasaran sesuai dengan gaya hidup dari target marketnya, lebih mengenal konsumen dan mempelajari untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial terhadap gaya hidup dikalangan anak muda terutama mahasiswa agar dapat menyesuaikan pembuatan promosi atau iklan.

c. Bagi Akademis

Diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi rekan-rekan mahasiswa atau pihak lainnya untuk melakukan penelitian lebih lanjut atau sebagai referensi terkhususnya dalam bidang Manajemen Pemasaran.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penyusunan Laporan Akhir ini akan diberikan ruang lingkup permasalahan, hal ini diharapkan agar penelitian yang dilakukan terarah dan tidak menyimpang dari batasan batasan yang ditentukan. Penelitian ini akan dilakukan di Politeknik Negeri Sriwijaya dan dibatasi pada mahasiswa yang aktif dalam bermedia sosial di Jurusan Administrasi Bisnis.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Sumber data digunakan dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data didapatkan. Data adalah kumpulan dari fakta-fakta yang dikumpulkan oleh peneliti dilapangan saat melakukan penelitian, yang kemudian data tersebut akan diolah lebih lanjut dan digunakan atau dimanfaatkan sesuai dengan kebutuhan.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan dua jenis data dan sumber data, yaitu data primer dan data sekunder.

a) **Data primer**

Sumber primer menurut Sugiyono, (2018:213) “merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”.

Penyusunan Penelitian ini akan memperoleh data primer dari Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Jurusan Administrasi Bisnis yang telah mengisi form kuesioner yang sebelumnya telah disiapkan oleh peneliti.

b) **Data Sekunder**

Data sekunder menurut Sugiyono (2018:137) merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Sumber yang digunakan untuk mengumpulkan data yakni dari literatur-literatur, buku referensi yang sesuai juga jurnal-jurnal.

1.5.3 **Populasi dan Sampel**

a) **Populasi**

Menurut Sugiyono (2018:130) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya dengan jumlah mahasiswa D3 Prodi Administrasi Bisnis yakni 474 mahasiswa, Prodi D4 Usaha Perjalanan Wisata 215 mahasiswa dan D4 Prodi Manajemen Bisnis 222 mahasiswa. Dari data mahasiswa tiap Program Studi tersebut didapatkan total mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis yakni 911 mahasiswa.

b) **Sampel**

Menurut Sugiyono (2018:137) “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila Populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.”

Dalam menentukan sampel peneliti memutuskan untuk penentuan sample menggunakan *Probability Sampling* dengan teknik *Proporsional Random Sampling*.

Menurut Sugiyono, (2018:140) “*Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.”

Dengan menggunakan teknik *Proporsional Random Sampling* karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara proporsional berdasarkan program studi dan sampel diambil secara acak.

Jika jumlah populasi diketahui, maka perhitungan sampel dapat menggunakan rumus Yamane (Sugiyono, 2018:149) yaitu:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

dimana :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error)

Besarnya sampel pada penelitian ini menggunakan sampling error sebesar 10%

Besar sampel pada mahasiswa Jurusan Administrasi bisnis, Polsri

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{911}{1 + 911(0,10)^2}$$

n = 90,11 dibulatkan menjadi 90 Mahasiswa

Rumus Penarikan sampelnya adalah:

$$n = \frac{n1 \times n}{N}$$

Keterangan:

n1 : Jumlah jiwa

n : Jumlah sampel

N : Jumlah Populasi

Penarikan sampel mahasiswa Prodi D3 Administrasi Bisnis

$$n = \frac{n1 \times N}{N}$$

$$n = \frac{474 \times 90}{911}$$

n = 46,82 dibulatkan menjadi 47 mahasiswa

Jumlah sampel adalah 47 mahasiswa

Penarikan sampel mahasiswa Prodi D4 UPW

$$n = \frac{n1 \times N}{N}$$

$$n = \frac{215 \times 90}{911}$$

n = 21,24

Jumlah sampel adalah 21 mahasiswa

Penarikan sampel Mahasiswa Prodi D4 Manajemen Bisnis

$$n = \frac{n1 \times N}{N}$$

$$n = \frac{222 \times 90}{911}$$

n = 21,93

Jumlah sampel adalah 22 mahasiswa

Tabel 1.1
Jumlah Populasi dan Sampel Mahasiswa Administrasi Bisnis

No	Prodi	Populasi	Sampel
1	D3 Adm Bisnis	474	47
2	D4 UPW	215	21
3	D4 Manajemen Bisnis	222	22
Jumlah sampel			90

Sumber: Hasil olah data, 2021

1.5.4 Teknik Pengumpulan Data

Adapun Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan pada penelitian ini adalah Kuesioner (Angket) dan Studi pustaka (*Library*)

Research) dengan demikian hasil dan sumber data yang terkumpul akan lebih maksimal.

1. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden, (Sugiyono, (2018:225). Penelitian ini akan menggunakan kuesioner yang dibantu dengan aplikasi google form untuk mempermudah dalam pengisian kuesioner oleh responden, mengingat saat ini masih dalam era pandemi dan tidak diperbolehkan berkumpul, untuk mencegah penyebaran maka kegiatan pembelajaran di polsri lebih banyak dilaksanakan daring, maka akan cukup sulit jika peneliti menggunakan kuesioner offline kepada responden.
2. Studi Pustaka (*Library Research*) dimaksudkan untuk mengumpulkan bahan-bahan baik berupa data ataupun informasi baik dari buku, jurnal, ataupun internet.

1.5.5 Teknik Analisis Data

1.5.5.1 Definisi Operasional Variabel

Analisis data yang digunakan dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini terdapat 2 Variabel, yaitu variabel X dan Y. variabel X dalam penelitian ini adalah media sosial dan variabel Y adalah Gaya Hidup

Adapun definisi operasional dari penelitian dijelaskan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 1.2
Tabel Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
Media Sosial (X)	media sosial adalah wadah bagi seseorang untuk menunjukkan dirinya, berinteraksi dengan orang lain dan berbagi materi dengan orang lain. Motivasi orang untuk menggunakan media sosial dapat dilihat dari	1. Kebutuhan Kognitif (<i>cognitive needs</i>), yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan informasi, pengetahuan dan pemahaman, kebutuhan ini didasarkan pada hasrat atau dorongan-dorongan untuk

	<p>teori <i>Uses and Gratification</i>. Katz, Gurevitch dan Hazz dalam Alyusi (2016)</p>	<p>memahami dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran dan dorongan untuk penyelidikan.</p> <p>2. Kebutuhan Afektif yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan pengalaman estetika, kesenangan dan emosional.</p> <p>3. Kebutuhan Integrasi Pribadi yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan kredibilitas, keyakinan atau kepercayaan, stabilitas dan status individu. Hal-hal tersebut diperoleh dari hasrat akan harga diri</p> <p>4. Kebutuhan Integrasi sosial yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan penambahan kontak keluarga, teman dan dunia luar. Hal hal ini didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi.</p> <p>5. Kebutuhan Pelarian (<i>Escapist needs</i>) yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan keinginan untuk melarikan dari kondisi tegang, emosi, kesepian dan kurangnya dukungan sosial maka membutuhkan hiburan sebagai solusinya.</p>
<p>Gaya Hidup (Y)</p>	<p>Gaya hidup sering digambarkan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (activities, interests, and opinions). Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah. dalam Sumarwan (2011)</p>	<p>1. <i>Activities</i> (kegiatan) tindakan nyata seperti menonton film di media, berolahraga, liburan, kegiatan sosial, berbelanja ditoko atau menceritakan hal atau pengalaman pada teman mengenai hal yang baru</p> <p>2. <i>Interest</i> (minat/ketertarikan) akan semacam objek, peristiwa, atau topik adalah tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus atau terus menerus kepadanya.</p>

		<p>Seperti cara berpakaian, makanan, berita, rekreasi, keluarga dan lainnya</p> <p>3. <i>Opinion</i> (opini) adalah jawaban lisan atau tertulis yang orang berikan sebagai respon terhadap situasi stimulus di mana terdapat semacam pertanyaan untuk diajukan seperti Masa depan, diri sendiri, isu social, politik, bisnis, ekonomi, pendidikan, produk, masa depan dan budaya</p>
--	--	--

1.5.5.2 Analisis Data Kuantitatif

Analisis data dalam penelitian kuantitatif merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan. (Sugiyono, 2018:232)

Menurut Sugiyono (2018:232), “Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik”. Penelitian ini, menganalisis data kuantitatif menggunakan statistik deskriptif yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Alat Ukur penelitian ini menggunakan skala likert untuk mengukur pada instrument penelitian berdasarkan jawaban dari responden dalam kuesioner.

Menurut Sugiyono (2018:158) Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial dalam suatu penelitian dimana fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Berikut ini pemberian skor pada jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala Likert:

- | | |
|------------------------------|-----|
| a. Sangat Setuju (SS) | = 5 |
| b. Setuju (S) | = 4 |
| c. Ragu-ragu (RG) | = 3 |
| d. Tidak Setuju (TS) | = 2 |
| e. Sangat Tidak Setuju (STS) | = 1 |

1.5.5.3 Analisis Regresi Linier sederhana

Sugiyanto (2018:298) Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen.

$$Y' = a + bX$$

Dimana:

Y' = Gaya Hidup

a = Konstanta

b = Angka arah koefisien regresi

X = Media Sosial

1.5.6 Uji Instrumen

1.5.6.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2018:198) Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Uji validitas digunakan untuk mengukur setiap butir pertanyaan yang ada pada kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid ketika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Tingkat validitas dapat diukur dengan membandingkan nilai r hitung (*correlation item total correlation*) dengan r tabel

Jika $r_{hitung} > r_{table}$, maka butir pertanyaan tersebut valid

Jika $r_{hitung} < r_{table}$, maka butir pertanyaan tersebut tidak valid

Pada penelitian ini, penulis menghitung validitas dengan bantuan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*).

1.5.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2018:201) dikatakan Reliabel apabila digunakan untuk mengukur berkali kali tapi tetap menghasilkan data yang sama (konsisten).

Semakin tinggi tingkat reliabilitas suatu hal pengukur dalam hal ini (indikator dari variabel) semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Pada penelitian ini, penulis melakukan pengujian realibilitas dengan menggunakan metode uji statistik *Cronch Alpha*, Suatu variabel dikatakan realibilitas jika nilai *alpha conbach* diatas 60 % maka dikatakan reliable. Penulis juga melakukan pengolahan data uji reabilitas ini dengan bantuan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*).

1.5.6.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui diterima atau ditolak suatu hipotesis, untuk melakukan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji signifikan parsial (Uji t)

Menurut Kuncoro (2018:107) Mengatakan Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.

1. Uji menentukan Hipotesis Null (H_0) dan Hipotesis Alternatif

(H_a) Hipotesis yang dibuat untuk uji t ini:

- 1) H_0 : Tidak ada pengaruh penggunaan media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa di Jurusan Administrasi Bisnis Polsri
- 2) H_a : Ada pengaruh penggunaan media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa di Jurusan Administrasi Bisnis Polsri.

2. Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis yaitu jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak. Sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima
3. Menentukan taraf signifikan sebesar 5%