

# **HUBUNGAN PAPARAN IKLAN TIKTOK DAN GAYA HIDUP DENGAN PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PENERIMA KIP IAKN MANADO**

**AUDY MARCELLINO RAKINAUNG**

**210303004**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan paparan iklan tiktok dan gaya hidup dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa penerima kartu Indonesia pintar Institut Agama Kristen Negeri Manado Angkatan 2023.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuisioner. Peneliti mengambil sampel dari populasi sebanyak 80 mahasiswa Institut Agama Kristen Negeri Manado Angkatan 2023 yang mereima beasiswa Kartu Indonesia Pintar dan merupakan pengguna sosial media Tiktok. Analisis data dari penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, uji validitas, uji reabilitas uji analisis linear sederhana, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi menggunakan bantuan dari SPSS versi 26.

Bedasarkan hasil temuan dalam penelitian ini menunjukkan 1) variabel paparan iklan tiktok berhubungan positif dan signifikan dengan perilaku konsumtif, 2) variabel gaya hidup berhubungan positif dan signifikan dengan gaya hidup. Nilai koefisien determinasi dari paparan iklan tiktok dengan perilaku konsumtif sebanyak 62,6% dan nilai koefisien determinasi dari gaya hidup dengan perilaku konsumtif sebanyak 83,3% .

**Kata Kunci : Paparan Iklan Tiktok, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif.**

**THE RELATIONSHIP OF TIKTOK ADVERTISING EXPOSURE AND  
LIFESTYLE WITH CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF KIP SCHOLARSHIP  
RECIPIENT STUDEN IN IAKN MANADO**

**AUDY MARCELLINO RAKINAUNG**

**210303004**

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the relationship between TikTok ad exposure and lifestyle with consumptive behavior in students receiving smart Indonesia cards at the Manado State Christian Institute Class of 2023.*

*This study uses a type of quantitative research with a data collection method using questionnaires. The researcher took samples from a population of 80 students of the Manado State Christian Institute Class of 2023 who received the Smart Indonesia Card scholarship and are Tiktok social media users. Data analysis from this study used descriptive analysis, validity test, simple linear analysis test, hypothesis test, and determination coefficient test using the help of SPSS version 26.*

*Based on the findings in this study, it shows that 1) the variable of exposure to tiktok ads is positively and significantly related to consumptive behavior, 2) the lifestyle variable is positively and significantly related to lifestyle. The value of the determination coefficient of exposure to tiktok ads with consumptive behavior was 62.6% and the value of the determination coefficient of lifestyle with consumptive behavior was 83.3%.*

**Keywords: Tiktok Ad Exposure, Lifestyle, Consumptive Behavior**