

ABSTRAK

Anita. 2024. *Pengaruh Hedonisme dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumen (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas)*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Lutpi Sahal, SHI, MSI

Kata Kunci: Hedonisme, Lingkungan Sosial, Perilaku Konsumen.

Perilaku konsumen pada zaman sekarang dapat terbentuk oleh lingkungan sosial masyarakat atau gaya hidup yang berlebihan atau boros yang berakibat pada perilaku yang konsumtif. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Hedonisme dan Lingkungan Sosial secara simultan maupun parsial terhadap Perilaku Konsumen Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas.

Jenis penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Jumlah responden 88 orang menggunakan rumus Slovin. Model analisis menggunakan regresi linear berganda dengan menggunakan alat bantu statistik *SPSS 22 for windows*.

Hasil penelitian, uji hipotesis dalam uji parsial (uji-t) diketahui Hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Hal ini dapat dilihat pada nilai sebesar 0,023 menunjukkan nilai lebih besar dari pada 0,05 ($0,023 < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan t hitung lebih besar dari pada t-tabel ($2,322 > 1,98793$), maka H_0 di tolak dan H_a diterima. Lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen diperoleh t sebesar 2.500 dengan probabilitas 0.014 yang nilainya dibawah α (0.05). Uji simultan (uji-f) diketahui hedonisme dan lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Nilai hasil nilai f sebesar 14.447 dengan probailitas 0.000 yang artinya dibawah α (0,05) yang menunjukkan variabel independen (bebas) hedonisme dan lingkungan sosial berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen (terkait) yaitu perilaku konsumen.