JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 5046-5055

Pengaruh Gaya Hidup dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Hedonisme

Rahma Julita[1]*, Rahmat Hidayat[2]
[1,2] Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Indonesia
* E-mail: juli49882@mail.com

Information Article

History Article
Submission: 03-07-2026
Revision: 28-07-2026
Published: 31-10-2026

DOI Article:
10.62421/jibema.v3i4.689

A B S T R A K

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah mahasiswa Politeknik Ganesha Medan terlibat dalam perilaku hedonistik sebagai akibat dari pilihan gaya hidup dan penggunaan media sosial mereka. Penelitian ini bersifat kuantitatif dan menggunakan strategi asosiatif. Seratus lima puluh lima partisipan dipilih untuk penelitian ini melalui strategi pengambilan sampel bertujuan. Dengan bantuan SmartPLS 3, kami mengevaluasi model luar, model dalam, dan hipotesis yang diuji menggunakan metodologi bootstrapping untuk menganalisis data yang dikumpulkan dari survei online menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Baik gaya hidup maupun penggunaan media sosial ditemukan memiliki dampak yang menguntungkan dan signifikan terhadap perilaku hedonistik, menurut hasil penelitian. Perilaku hedonis dapat dijelaskan oleh 47,8% varians dalam gaya hidup dan penggunaan media sosial (R Kuadrat = 0,478). Dengan demikian, perilaku hedonis siswa dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh gaya hidup dan penggunaan media sosial mereka, dengan gaya hidup sebagai komponen yang paling berpengaruh.

Kata Kunci: Gaya Hidup, penggunaan media social, Perilaku hedonism, SmartPLS 3.

A B S T R A C T

The purpose of this study is to determine whether students at Ganesha Polytechnic in Medan engage in hedonistic behavior as a result of their lifestyle choices and social media use. This study is quantitative in nature and employs an associative research design. One hundred fifty-five participants were selected for this study through a purposive sampling strategy. Using SmartPLS 3, we evaluated the outer model, inner model, and tested hypotheses using the bootstrapping methodology to analyze data collected from an online survey via Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). According to the results, both lifestyle and social media use were found to have a positive and significant impact on hedonistic behavior. Hedonistic behavior can be explained by 47.8% of the variance in lifestyle and social media use (R-squared = 0.478). Thus, students' hedonistic behavior is positively and significantly influenced by their lifestyle and social media use, with lifestyle being the most influential component.

***Key word*:** *Lifestyle, Social media use, Hedonic Behavior, SmartPLS 3*

Acknowledgment

 Copyright ©2026, JIBEMA

"Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License"

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 5046-5055

©2026 Published by JIBEMA. Selection and/or peer-review under responsibility of JIBEMA

PENDAHULUAN

Banyak kebiasaan orang dalam berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain telah berubah karena meningkatnya teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir. Ilustrasi pergeseran ini dapat dilihat pada keberadaan media sosial yang meluas, khususnya di kalangan generasi muda saat ini (Azzaakiyyah, 2023). Menurut Alkhudari dkk. (2024), pola pikir, perilaku, dan gaya hidup siswa dipengaruhi oleh media sosial, yang digunakan lebih dari sekadar untuk berkomunikasi dan berbagi informasi.

Dengan tingkat penggunaan media sosial yang tinggi, siswa merupakan kelompok usia produktif yang lebih mungkin terpapar berbagai informasi dan tren digital. Tindakan sehari-hari siswa mungkin dibentuk oleh banyaknya informasi yang mereka terima tentang hiburan kontemporer, gaya hidup, dan kebiasaan konsumsi yang dimungkinkan oleh penggunaan media sosial mereka yang intensif. Munculnya perilaku hedonistik, yang didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk memprioritaskan kesenangan dan kepuasan pribadi dalam menjalani hidup mereka, dapat didorong oleh keadaan ini (Sani dkk., 2024).

Gaya hidup seseorang tercermin dari kegiatan sehari-hari, hobi, dan pandangan dunianya. Perkembangan teknologi dan arus globalisasi menyebabkan perubahan gaya hidup mahasiswa, baik dalam cara berpenampilan, beraktivitas, maupun berinteraksi di lingkungan sosial (Laana et al., 2022). Selain itu, media sosial turut memperkuat proses penyebaran tren sehingga memengaruhi cara mahasiswa memandang gaya hidup modern (Ramadhany, 2025)

Fenomena perilaku hedonisme di kalangan mahasiswa menjadi perhatian karena berkaitan dengan orientasi hidup yang lebih mengutamakan kesenangan, hiburan, dan kepuasan diri. Perilaku tersebut umumnya ditunjukkan melalui kecenderungan mengikuti tren, menghabiskan waktu untuk aktivitas hiburan, serta melakukan konsumsi yang berorientasi pada kepuasan pribadi (Muawaliyah & Saifuddin, 2023). Kemudahan dalam mengakses berbagai platform media sosial semakin memperbesar peluang mahasiswa untuk terpengaruh oleh gaya hidup yang ditampilkan di dunia digital.

Ramadhany (2025) mengutip penelitian yang menemukan bahwa penggunaan media sosial memengaruhi perilaku hedonistik di kalangan mahasiswa karena kemudahan orang mengikuti tren dan gaya hidup yang muncul. Namun, beberapa penelitian menunjukkan bahwa kebiasaan konsumsi, aktivitas, dan ekspresi diri seseorang dapat dipengaruhi oleh pilihan gaya hidup mereka, yang pada gilirannya dapat membentuk perilaku hedonistik mereka (Irma Fitriani dkk., 2024). Meskipun demikian,

 Copyright ©2026, JIBEMA

"Licensed under (cc) BY-NC a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License"

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 5046-5055

penelitian tambahan diperlukan untuk mengklarifikasi kesimpulan yang bertentangan tentang dampak gaya hidup terhadap perilaku hedonistik.

Selain dipengaruhi oleh gaya hidup, perilaku hedonisme juga berkaitan dengan kebutuhan individu untuk memperoleh pengakuan sosial. Mahasiswa sering memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menampilkan aktivitas maupun gaya hidup tertentu guna memperoleh perhatian atau validasi dari lingkungan sekitarnya (Bakıner, 2025). Pikiran dan tindakan sehari-hari siswa dapat dibentuk oleh aktivitas konten digital termasuk menonton, berbagi, dan mengikuti (Purnama & Asdlori, 2023).

Penelitian tentang dampak pilihan gaya hidup siswa dan penggunaan media sosial terhadap perilaku hedonistik mereka masih beragam, berdasarkan fenomena ini. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti bagaimana gaya hidup dan penggunaan media sosial memengaruhi perilaku hedonistik di kalangan mahasiswa Politeknik Ganesha Medan. Temuan ini diharapkan dapat membantu peneliti lebih memahami variabel-variabel yang memengaruhi perilaku hedonistik mahasiswa dan memajukan bidang studi perilaku konsumen.

METODE PENELITIAN

Untuk menentukan bagaimana gaya hidup dan penggunaan media sosial memengaruhi perilaku hedonistik di kalangan mahasiswa Politeknik Ganesha, Medan, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Sampel penelitian ini terdiri dari 200 mahasiswa S1 dari Politeknik Ganesha, Kampus 2 Medan. Dengan menggunakan strategi pengambilan sampel bertujuan, 65 mahasiswa yang memenuhi persyaratan kelayakan penelitian dipilih untuk dianalisis.

Penelitian ini menggunakan sumber primer dan sekunder untuk datanya. Tim peneliti menggunakan survei untuk mengumpulkan data primer, dan mereka melengkapinya dengan data sekunder yang dikumpulkan dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, dan artikel. Tinjauan pustaka dan observasi partisipan melengkapi data yang dikumpulkan dari kuesioner untuk memberikan kredibilitas lebih pada temuan penelitian.

Untuk menganalisis data, perangkat lunak SmartPLS 3 digunakan bersamaan dengan pendekatan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Pada tahap analisis, model pengukuran (model luar) dievaluasi untuk validitas dan reliabilitas konstruk. Model struktural (model internal) dievaluasi berdasarkan kesesuaian model, ukuran efek (f^2), koefisien determinasi (R^2), dan nilai Variance Inflation Factor (VIF). Pengujian hipotesis menggunakan teknik bootstrapping berdasarkan koefisien jalur, statistik t, dan nilai p juga dilakukan.

 Copyright ©2026, JIBEMA

"Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License"

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 5046-5055

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Karakteristik Responden

Tujuan penyajian karakteristik responden adalah untuk memberikan ringkasan profil sampel penelitian. Seratus lima puluh lima mahasiswa yang memenuhi syarat dari Politeknik Ganesha Medan berpartisipasi dalam penelitian ini. Jenis kelamin, usia, dan semester adalah tiga cara untuk menampilkan atribut responden.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Presentase (%)
Jenis Kelamin	Perempuan	43	66,15%
	Laki-laki	22	33,85%
Semester	Semester 2	10	15,38%
	Semester 4	28	43,08%
	Semester 6	27	41,54%
Konsentrasi	Manajemen Informatika	29	44,62%
	Teknik Informatika	14	21,54%
	Akuntansi	22	33,85%

Sumber: jibema (2024)

Data demografi responden ditampilkan pada Tabel 1 berdasarkan jenis kelamin, usia, dan semester. Variabel gaya hidup, penggunaan media sosial, dan perilaku hedonistik dapat dipahami lebih baik dengan menggunakan fitur-fitur ini, yang memberikan gambaran sekilas tentang kondisi responden.

Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Validitas dan reliabilitas instrumen penelitian diuji dengan evaluasi model pengukuran, yang juga dikenal sebagai model luar. Dalam mengevaluasi kemampuan indikator untuk mengukur konstruk penelitian, dilakukan pengujian validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas.

Convergent Validity

Convergent validity digunakan untuk mengetahui kemampuan setiap indikator dalam menjelaskan konstruk yang diukur. Suatu indikator dinyatakan valid apabila memiliki nilai outer loading lebih dari 0,70.

Tabel 2. *Outer Loading*

Outer Loadings

	Gaya Hidup	Media Sosial	Perilaku Hedonisme
X13	**0,759**		
X14	**0,486**		
X16	**0,716**		
X17	**0,862**		

 Copyright ©2026, JIBEMA

"Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License"

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 5046-5055

Outer Loadings

	Gaya Hidup	Media Sosial	Perilaku Hedonisme
X18	**0,782**		
X23		**0,632**	
X24		**0,655**	
X25		**0,770**	
X26		**0,722**	
X27		**0,752**	
Y11			**0,919**
Y17			**0,885**

Sumber: jibema (2024)

Sebagian besar indikator (X13, X16, X17, X18, X25, X26, X27, Y11, dan Y17) memiliki nilai outer loading lebih dari 0,70, seperti yang ditunjukkan pada temuan uji validitas konvergen (Tabel 1). Pada saat yang sama, nilai outer loading indikator X14 (0,486), X23 (0,632), dan X24 (0,655) semuanya cukup tinggi. Ketiga indikator tersebut dapat dipertahankan karena masih berada dalam rentang nilai yang disarankan (0,40-0,70) dan memenuhi persyaratan (Hair dkk., 2024) jika mempertimbangkan hasil uji *Average Variance Extracted* (AVE) dan Composite Reliability. Hasilnya, kita dapat dengan yakin mengatakan bahwa semua penanda yang kita gunakan dalam penelitian ini sudah sesuai.

Discriminant Validity

Untuk menjamin bahwa semua konstruk penelitian unik satu sama lain, validitas diskriminan diterapkan. Rasio *Heterotrait-Monotrait* (HTMT) dan Kriteria *Fornell-Larcker* digunakan untuk pengujian. Dengan asumsi nilai HTMT di bawah 0,90 dan akar kuadrat dari nilai AVE lebih tinggi daripada korelasi antar konstruk, kita katakan bahwa suatu konstruk telah memenuhi validitas diskriminan.

Tabel 3. Discriminant Validity

Fornell-Larcker Criterion

	Gaya Hidup	Media Sosial	Perilaku Hedonisme
Gaya Hidup	0,732		
Media Sosial	0,540	0,708	
Perilaku Hedonisme	0,614	0,598	0,902

Sumber: jibema (2024)

Tabel 4. HTMT

Heterotrait-Monotrait Ratio (Htmt)

	Gaya Hidup	Media Sosial	Perilaku Hedonisme
Gaya Hidup			
Media Sosial	**0,678**		
Perilaku Hedonisme	**0,742**	**0,764**	

Sumber: jibema (2024)

 Copyright ©2026, JIBEMA

"Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License"

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 5046-5055

Tidak ada konstruk yang tidak memenuhi kriteria validitas diskriminan, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 4. Semua nilai HTMT kurang dari 0,90, dan akar kuadrat dari nilai AVE untuk setiap konstruk lebih tinggi daripada korelasi antar konstruk. Ini berarti bahwa variabel yang diukur dapat dibedakan secara andal oleh setiap konsep.

Internal Consistency Reliability

Reliabilitas Komposit, AVE, dan Alpha Cronbach digunakan untuk pengujian reliabilitas. Jika suatu konstruk memiliki nilai AVE lebih tinggi dari 0,50 dan nilai Alpha Cronbach serta Reliabilitas Komposit lebih tinggi dari 0,70, maka konstruk tersebut dianggap dapat diandalkan.

Tabel 5. Construct Reliability and Validity

Construct Reliability And Validity

	Cronbach's Alpha	Rho_A	Composite Reliability	Ave
Gaya Hidup	**0,779**	**0,832**	**0,849**	**0,536**
Media Sosial	**0,752**	**0,760**	**0,834**	**0,502**
Perilaku Hedonisme	**0,774**	**0,789**	**0,898**	**0,814**

Sumber: "jibema (2024)

Berdasarkan Tabel 3, seluruh konstruk memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* di atas 0,70 serta nilai AVE di atas 0,50. Hasil tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang baik sehingga layak digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Evaluasi model struktural dilakukan untuk mengetahui hubungan antarvariabel laten melalui pengujian nilai VIF, koefisien determinasi (R^2), effect size (f^2), model fit, dan pengujian hipotesis.

Collinearity Statistics

Tabel 6. Inner VIF Values

Inner Vif Values

	Gaya Hidup	Media Sosial	Perilaku Hedonisme
Gaya Hidup			**1,411**
Media Sosial			**1,411**
Perilaku Hedonisme			

Sumber: jibema (2024)"

Nilai VIF seluruh variabel sebesar 1,411 atau kurang dari 5,00, sehingga model penelitian tidak mengalami masalah multikolinearitas.

 Copyright ©2026, JIBEMA

"Licensed under (cc) BY-NC a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License"

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 5046-5055

Coefficient of Determination (R^2)

Tabel 7. R Square

R Square

	R Square	R Square Adjusted
Perilaku Hedonisme	0,478	0,461

Sumber: jibema (2024)

Nilai R^2 sebesar 0,478 menunjukkan bahwa variabel gaya hidup dan penggunaan media sosial mampu menjelaskan 47,8% variasi perilaku hedonisme, sedangkan 52,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Effect Size (f^2)

Tabel 8. F Square

F Square

	Gaya Hidup	Media Sosial	Perilaku Hedonisme
Gaya Hidup			**0,229**
Media Sosial			**0,193**
Perilaku Hedonisme			

Sumber: jibema (2024)

Nilai f^2 menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh sedang terhadap perilaku hedonisme (0,229), sedangkan penggunaan media sosial memiliki pengaruh kecil hingga sedang (0,193).

Model Fit

Tabel 9. F Square

Fit Summary

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0,116	0,116
d_ULS	1,057	1,057
d_G	0,375	0,375
Chi-Square	128,846	128,846
NFI	0,618	0,618

Sumber: jibema (2024)

Nilai SRMR sebesar 0,116 dan NFI sebesar 0,618 menunjukkan bahwa model penelitian memiliki tingkat kesesuaian yang cukup untuk digunakan dalam analisis hubungan antarvariabel.

 Copyright ©2026, JIBEMA

"Licensed under (cc) BY-NC a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License"

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 5046-5055

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan teknik bootstrapping untuk mengetahui signifikansi hubungan antarvariabel berdasarkan nilai koefisien jalur, t-statistics, dan p-values.

Tabel 9. Path Coefficients

Path Coefficients

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (Stdev)	T Statistics (|O/Stdev|)	P Values
Gaya Hidup -> Perilaku Hedonisme	0,411	0,418	0,091	4,533	**0,000**
Media Sosial -> Perilaku Hedonisme	0,377	0,382	0,100	3,757	**0,000**

Sumber: jibema (2024)

Berdasarkan Tabel 9, gaya hidup dan penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku hedonisme karena memiliki nilai p-value < 0,05. Dengan demikian, kedua hipotesis penelitian diterima.

PEMBAHASAN

Sebuah studi yang dilakukan di Politeknik Ganesha Medan menemukan bahwa perilaku hedonistik mahasiswa dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh pilihan gaya hidup mereka. Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa lebih cenderung terlibat dalam perilaku yang memberi mereka kegembiraan dan kepuasan pribadi ketika mereka memiliki kecenderungan yang lebih kuat untuk menganut gaya hidup tertentu. Temuan ini sejalan dengan teori gaya hidup, yang menyatakan bahwa perilaku konsumen dan orientasi kesenangan dapat dipengaruhi oleh minat, opini, dan pola aktivitas individu.

Penelitian juga menunjukkan bahwa perilaku hedonistik mahasiswa meningkat secara signifikan setelah mereka mulai menggunakan media sosial. Mahasiswa dengan penggunaan media sosial yang tinggi lebih cenderung melihat iklan produk, mempelajari tren terkini, dan terpapar berbagai cara hidup. Karena kondisi ini, mahasiswa mungkin merasa lebih tertekan untuk mengikuti tren agar mereka merasa lebih diterima atau mencapai rasa aktualisasi diri. Temuan ini memperkuat studi sebelumnya yang menemukan bahwa media sosial merupakan pengaruh utama terhadap hedonisme kaum muda.

Dengan nilai R^2 sebesar 0,478, gaya hidup dan penggunaan media sosial menyumbang 47,8% dari varians perilaku hedonistik siswa. Variabel lain, seperti konteks sosial, keadaan ekonomi, ciri kepribadian, dan masalah psikologis, berdampak sebesar 52,2% tetapi tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini.

 Copyright ©2026, JIBEMA

"Licensed under (cc) BY-NC a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License"

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 5046-5055

Simpulan

Menurut sebuah studi yang dilakukan oleh mahasiswa Politeknik Ganesha Medan menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) bersamaan dengan aplikasi SmartPLS 3, hasilnya menunjukkan bahwa perilaku hedonistik dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh gaya hidup. Temuan ini menunjukkan adanya korelasi antara gaya hidup mahasiswa dan kemungkinan mereka terlibat dalam perilaku hedonistik. Lebih lanjut, terdapat hubungan yang kuat dan signifikan secara statistik antara tingkat penggunaan media sosial mahasiswa dan kecenderungan mereka untuk terlibat dalam perilaku hedonistik, yang menunjukkan bahwa tingkat intensitas penggunaan media sosial mahasiswa berkorelasi positif dengan perilaku hedonistik mereka. Evaluasi model struktural menemukan bahwa variabel eksternal menjelaskan variasi yang tersisa dalam perilaku hedonistik, dengan variabel gaya hidup dan penggunaan media sosial menjelaskan 47,8%. Penilaian model pengukuran dan struktural juga menunjukkan bahwa model penelitian valid, reliabel, dan sesuai untuk mengevaluasi hubungan antar variabel.

DAFTAR PUSTAKA

A.Noer Chalifah Ramadhany. (2025). Peran Media Sosial Dalam Mendorong Gaya Hidup Konsumtif Di Kalangan Remaja Komunitas Pesisir. *EDUSOS: Jurnal Edukasi Dan Ilmu Sosial*, *2*(01), 18–25. https://doi.org/10.62330/edusos.v2i01.291

Alkhudari, M. N., Abduljabbar, O. J., Manaseer, A. M. Al, & Al-Omari, M. S. (2024). The role of social media in shaping public opinion among Jordanian university students. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, *8*(8), 1–25. https://doi.org/10.24294/jipd.v8i8.5489

Azzaakiyyah, H. K. (2023). The Impact of Social Media Use on Social Interaction in Contemporary Society. *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, *1*(1), 1–9. https://doi.org/10.61100/tacit.v1i1.33

Bakıner, A. (2025). Performing The Self Online: University Students' Identity Construction on Social Media. *OPUS Toplum Araştırmaları Dergisi*, *22*(5), 882–896. https://doi.org/10.26466/opusjsr.1727321

Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., Sharma, P. N., & Liengaard, B. D. (2024). Going beyond the untold facts in PLS–SEM and moving forward. *European Journal of Marketing*, *58*(13), 81–106. https://doi.org/10.1108/EJM-08-2023-0645

Irma Fitriani, Nurul Adila, Alsi Ratu Balqis, Muhammad Al-Habib, & Sukma Erni. (2024). Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa UIN Suska Riau Prespektif Gender. *RISOMA : Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, *2*(3), 148–155. https://doi.org/10.62383/risoma.v2i3.161

Muawaliyah, W., & Saifuddin, A. (2023). Consumptive Behavior in Female University Students: Qana'ah and Hedonic Lifestyle as Predictors. *Islamic Guidance and Counseling Journal*, *6*(1), 70–82. https://doi.org/10.25217/igcj.v6i1.3241

Purnama, Y., & Asdlori, A. (2023). The Role of Social Media in Students' Social Perception and Interaction: Implications for Learning and Education. *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, *1*(2), 45–55. https://doi.org/10.61100/tacit.v1i2.50

 Copyright ©2026, JIBEMA

"Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License"

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 5046-5055

Sani, H., Abdulhamid, U. N., & Salisu, M. (2024). Impacts of Hedonic Motivation and Social Influence in Self-Broadcasting Using Social Media Platforms. *International Journal of Computer Applications*, *186*(28), 1–11. https://doi.org/10.5120/ijca2024923719

 Copyright ©2026, JIBEMA

"Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License"