

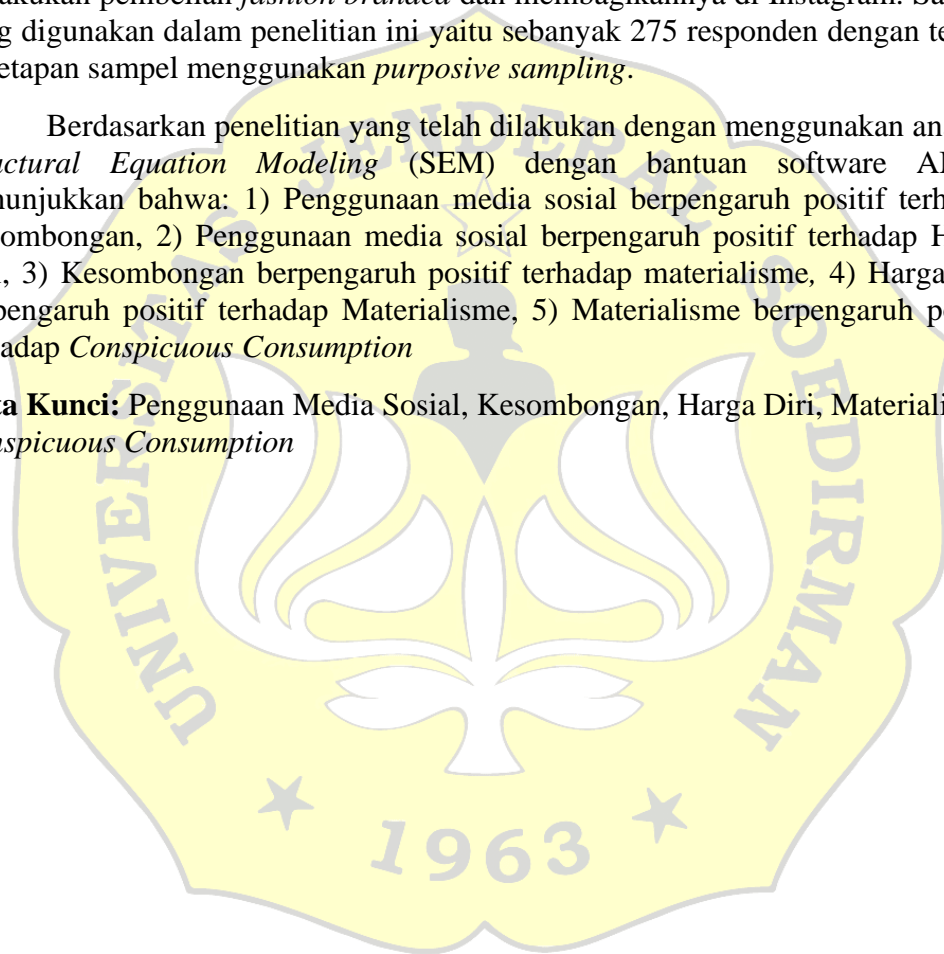
RINGKASAN

Penelitian ini merupakan survey pada Generasi Z berumur 11-26 tahun yang merupakan pengguna Instagram dan saat ini tinggal diantara DKI Jakarta/Surabaya/Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial, kesombongan, harga diri dan materialisme terhadap fenomena *conspicuous consumption* pada generasi Z di Indonesia.

Populasi pada penelitian ini adalah pengguna Instagram dari Generasi Z yang saat ini tinggal diantara DKI Jakarta/Surabaya/Bandung dan pernah melakukan pembelian *fashion branded* dan membagikannya di Instagram. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 275 responden dengan teknik penetapan sampel menggunakan *purposive sampling*.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan software AMOS menunjukkan bahwa: 1) Penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap Kesombongan, 2) Penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap Harga Diri, 3) Kesombongan berpengaruh positif terhadap materialisme, 4) Harga Diri berpengaruh positif terhadap Materialisme, 5) Materialisme berpengaruh positif terhadap *Conspicuous Consumption*

Kata Kunci: Penggunaan Media Sosial, Kesombongan, Harga Diri, Materialisme, *Conspicuous Consumption*



SUMMARY

This research is a survey of Generation Z aged 11-26 years who are Instagram users and live between DKI Jakarta/Surabaya/Bandung. This research aims to determine the influence of social media use, vanity, self-esteem and materialism on the phenomenon of conspicuous consumption in Generation Z in Indonesia.

The population in this study are Instagram users from Generation Z who currently live between DKI Jakarta/Surabaya/Bandung and have purchased branded fashion and shared it on Instagram. The sample used in this study was 275 respondents with a purposive sampling technique.

Based on research that has been conducted using Structural Equation Modeling (SEM) analysis with the help of AMOS software, it shows that: 1) The use of social media has a positive effect on Arrogance, 2) The use of social media has a positive effect on Self-Esteem, 3) Vanity has a positive effect on materialism, 4) Self-Esteem has a positive effect on materialism, 5) Materialism has a positive effect on Conspicuous Consumption.

Keywords: *Social Media Usage, Vanity, Self-Esteem, Materialism, Conspicuous Consumption*

