

## ABSTRAK

Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Malikussaleh sebagai pengguna aktif instagram, sering dijadikan target pasar bagi para pemilik bisnis, karena mahasiswi masih termasuk usia remaja yang sering ingin mencoba hal baru dan ingin mengikuti trend yang sedang booming di zamannya.. Skripsi ini mengkaji tentang pengaruh *endorse* selebgram terhadap perilaku konsumtif mahasiswi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas malikussaleh. Rumusan masalah yang akan dijawab dalam penelitian ini yaitu melihat apakah *endorse* selebgram mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswi dan apa saja dampak dari *endorse* selebgram terhadap perilaku konsumtif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa endorse yang dilakukan selebgram dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswi karena sikap konsumerisme yang berkembang di kalangan mahasiswi mengarah pada perilaku konsumsi terhadap produk-produk bermerek, serta gaya hidup mewah sebagai simbol status dan pencapaian diri. Kemudian karena pengaruh lingkungan sosial seperti tekanan dari teman sebaya, budaya konsumtif di lingkungan kampus, serta tingginya intensitas terhadap media sosial dan iklan digital, turut memperkuat kecenderungan perilaku konsumtif. *Endorse* selebgram memberikan dampak signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi. Dimana, hal ini menyebabkan pengeluaran mahasiswi menjadi tidak terkendali, dan dalam banyak kasus, mahasiswi mengalami defisit anggaran, utang konsumtif, atau ketergantungan pada bantuan keuangan dari orang tua.

**Kata Kunci:** *Endorse* Selebgram, Perilaku Konsumtif