

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh penggunaan media sosial terhadap *conspicuous online consumption* melalui iri hati, narsisme, dan keinginan untuk mempromosikan diri diantara pengguna yang berdomisili di Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian ini adalah penelitian kausal. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah penggunaan media sosial, iri hati, narsisme, keinginan untuk mempromosikan diri, dan *conspicuous online consumption*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 200 sampel. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Model* dengan menggunakan program SPSS versi 18 dan Amos versi 22.

Hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap iri hati dan narsisme. Tetapi, keinginan untuk mempromosikan diri berpengaruh negatif terhadap *conspicuous online consumption*. Iri hati berpengaruh positif terhadap *conspicuous online consumption* dan keinginan untuk mempromosikan diri. Narsisme menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap keinginan untuk mempromosikan diri dan *conspicuous online consumption* diantara pengguna yang berdomisili di Surabaya.

Kata kunci : Penggunaan Media Sosial, Iri Hati, Narsisme, Keinginan untuk Mempromosikan Diri, *Conspicuous Online Consumption*.

## **ABSTRACT**

*The purpose of this research is to examine the influence of social media usage toward conspicuous online consumption through envy, narcissism, and desire for self-promotion among users who lived in Surabaya. This research uses the quantitative approach and the design of this research is causal. The research variable are social media usage, envy, narcissism, desire for self-promotion, and conspicuous online consumption. The number of samples are 200 samples. Data analysis technique is Structural Equation Model by SPSS 18 version and Amos 22 version program.*

*The result of this research showing that social media usage has a positive effect toward envy and narcissism. But, desire for self-promotion has a negative effect toward conspicuous online consumption. Envy has a positive effect toward conspicuous online consumption and desire for self-promotion. Narcissism has a positive effect toward desire for self-promotion and conspicuous online consumption among users who lived in Surabaya.*

*Key words: Social Media Usage, Envy, Narcissism, Desire for Self-Promotion, Conspicuous Online Consumption.*