# ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk, mengetahui pengaruh endorsement dan harga terhadap perilaku konsumtif di dalam media tiktok. Penelitian ini menggunakan data primer dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 672 Mahasiswa Febi Uin Raden Fatah Palembang (2019). Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus purpose sampling sehingga diperoleh 65 responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian adalah pengujian validitas, realibilitas, pengujian asumsi klasik, dan pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis statistik IBM SPSS 26.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa endorsement berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, harga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, endorsement dan harga sama-sama berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif.

**Kata Kunci : Endorsement, Harga, Perilaku Konsumtif**

***ABSTRACT***

*The purpose of this research is to find out the effect of endorsement and prices on consumptive behavior in the Tiktok media. This study uses primary data with a quantitative approach the population in this study totaled 672 student of a FebiUin Raden Fatah Palembang (2019) sampling in this study used a purposive sampling formula in order to obtain 65 respondents who were used as samples in this study. The analytical methods used in this research are validity ,reliability, classic assumtion testing using IBM SPSS 26 statisticalanalysis.*

*The results of this study indicate that endorsement have an effecton consumtive behavior, prices have an effect on consumtive behavior, endorsement and prices both have an effect simultaneoushy on consumtive behavior.*

***Keywoard:Endorsement, Price, Consumtive Behavior***