

ABSTRAK

Penelitian dengan judul di atas bersifat deskriptif kuantitatif dengan pendekatan kuantitatif yang teliti untuk mengetahui apakah variabel iklan, harga dan tren terhadap produk fahsion berdampak pada mahasiswa/mahasiswi perantau Program Pendidikan Manajemen, Fakultas Ekonomi di Universitas Prima Indonesia. Populasi dari penelitian ini adalah 2489 mahasiswa Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia dan kami mengambil sampel secara acak pada mahasiswa perantau dengan menyebarkan kuisioner secara manual sebanyak 100 responded dengan mengaplikasikan metode Simple Random Sampling menggunakan rumus Slovin yang telah memenuhi syarat. Regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini kemudian datanya diolah menggunakan software pengolah data SPSS. Penelitian ini menunjukan bahwa variabel iklan, harga, dan tren berpengaruh secara simultan dan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumerisme mahasiswa perantau Program Pendidikan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia di kota Medan.

Kata kunci : *iklan, harga, tren, konsumerisme, mahasiswa perantau*