

ABSTRAK

YULIANA RIZKY POHAN. NIM: 7153141053. PENGARUH LITERASI EKONOMI DAN PROMOSI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MEDAN ANGGKATAN 2015

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi dan promosi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Jenis penelitian ini adalah *Expost Facto*. Populasi dalam penelitian adalah mahasiswa fakultas ekonomi universitas negeri medan angkatan 2015 yang terdiri dari 759. Sampel penelitian berjumlah 262 mahasiswa ditentukan dengan menggunakan teknik *Simple Random Sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, kuesioner, test dan dokumentasi. Uji validitas untuk butir angket menggunakan rumus *Product Moment* dan uji reliabilitasnya menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Uji asumsi klasik yang digunakan adalah Uji Normalitas, Uji Linieritas, Uji Multikolinieritas dan Uji Homogenitas. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Berganda dan untuk menguji hipotesis digunakan rumus Uji t, Uji F, dan Koefisien Determinasi (R^2).

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan program SPSS 20, diperoleh persamaan regresi linier berganda $Y' = 41.975 + (-0.086)X_1 + 0,622X_2$. Analisis uji t untuk variabel literasi ekonomi (X_1) diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-3.538 > 1.65078$), dengan nilai $\text{sig } \alpha < 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Hal ini berarti Literasi Ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y). Untuk variabel promosi (X_2) diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($16.620 > 1.65078$), dengan nilai $\text{sig } \alpha < 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Hal ini berarti promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y). Selanjutnya Uji F dilakukan dengan membandingkan hasil antara F_{hitung} dengan F_{tabel} . Berdasarkan uji F diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($177.779 > 3.04$), dengan nilai $\text{sig } \alpha < 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi ekonomi (X_1) dan promosi (X_2) berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y). Dari analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang berbunyi Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Promosi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonom Universitas Negeri Medan Angkatan 2015 diterima.

Kata Kunci: Literasi Ekonomi, Promosi, Perilaku konsumtif

ABSTRACT

YULIANA RIZKY POHAN. NIM: 7153141053. THE INFLUENCE OF ECONOMIC LITERATION AND PROMOTION ON CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF STUDENTS OF FACULTY OF ECONOMICS, STATE UNIVERSITY OF MEDAN FORCE OF 2015

This study aims to determine the effect of economic literacy and promotion of consumer behavior of the Faculty of Economics, State University of Medan. This type of research is Expost Facto. The population in this study were students of the Faculty of Economics, State University of Medan in 2015 which consisted of 759. The research sample of 262 students was determined using the Simple Random Sampling technique. Data collection techniques used were observation, questionnaires, tests and documentation. Test the validity of the questionnaire items using the Product Moment formula and the reliability test using the Cronbach Alpha formula. The classic assumption tests used are the Normality Test, Linearity Test, Multicollinearity Test and Homogeneity Test. Data analysis techniques used in this study are Multiple Linear Regression and to test the hypothesis used the formula t test, F test, and coefficient of determination (R^2).

Based on the results of data analysis using the SPSS 20 program, we obtained the multiple linear regression equation $Y' = 41,975 + (-0,086) X_1 + 0,622X_2$. Analysis of t test for economic literacy variable (X_1) obtained $t_{count} > t_{table}$ ($-3,538 > 1,65078$), with $\text{sig } \alpha < 0,05$ ($0,000 < 0,05$). This means that Economic Literacy has a negative and significant effect on consumer behavior (Y). for the promotion variable (X_2) obtained $t_{count} > t_{table}$ ($16,620 > 1,65078$), with a sig value $\alpha < 0,05$ ($0,000 < 0,05$). This means that promotion has a positive and significant effect on consumptive behavior (Y). Furthermore, the F test is done by comparing the results between F_{count} with F_{table} . Based on the F test the value of $F_{count} > F_{table}$ ($177,779 > 3,04$) was obtained, with a sig value $\alpha < 0,05$ ($0,000 < 0,05$). So it can be concluded that economic literacy (X_1) and promotion (X_2) have significant and significant influence on consumer behavior (Y). From this analysis it can be concluded that the hypothesis which reads the Effect of Economic Literacy and Promotion of Consumptive Behavior of 2015 Faculty of Economics State University Medan Students was accepted.

Keywords: Economic Literacy, Promotion, Consumptive Behavior