

ABSTRAK

Rea Dinda Aulia Hasibuan. Nim. 7142141035. Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif untuk Produk *Fashion* Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2015 di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Skripsi : Jurusan Pendidikan Ekonomi, Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan. 2018.

Permasalahan pada penelitian ini ialah tingginya perilaku pembelian impulsif untuk produk *fashion* pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2015. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi dan kelompok teman sebaya baik secara sendiri-sendiri maupun secara bersama-sama terhadap perilaku pembelian impulsif untuk produk *fashion* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2015 di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi angkatan 2015 yang berjumlah 151 mahasiswa dengan 75 mahasiswa sebagai sampel penelitian. Teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling*. Metode pengumpulan data yaitu observasi, dokumentasi, wawancara, tes dan angket. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi ganda dengan bantuan SPSS 20.

Dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa: (1) Tidak terdapat pengaruh negatif antara literasi ekonomi terhadap perilaku pembelian impulsif untuk produk *fashion* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2015 di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. (2) Terdapat pengaruh negatif antara kelompok teman sebaya terhadap perilaku pembelian impulsif untuk produk *fashion* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2015 di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. (3) Terdapat pengaruh yang negatif dan signifikan antara literasi ekonomi dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku pembelian impulsif untuk produk *fashion* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2015 di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Hasil dari koefisien determinasi (R^2) menunjukkan sebesar 0,188 (18,8%) berarti bahwa 18,8% perubahan pada perilaku pembelian impulsif yang dipengaruhi oleh literasi ekonomi dan kelompok teman sebaya, sedangkan 81,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang diteliti.

Kata kunci: Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya, Perilaku Pembelian Impulsif.

ABSTRACT

Rea Dinda Aulia Hasibuan. Nim. 7142141035. The Effect of Economic Literacy and Peer Groups to Behavior of Impulse Buying for Fashion Products on Collage Students of Economic Education Study Program 2015 at the Faculty of Economics, State University of Medan. Thesis: Department of Economic Education. Study Program of Economic Education. Faculty of Economic. State University of Medan. 2018.

The problem in research is the high behavior of impulse buying for fashion products on collage students of Economic Education Study Program 2015. This study aims to investigate the effects of economic literacy and peer groups both individually and simultaneously to the behavior of impulse buying for fashion products on collage students of Economic Education Study Program 2015 at the Faculty of Economics, State University of Medan.

This research has been done in Faculty of Economics, State University of Medan. Population of this researched were all students of Economic Education Study Program 2015 which amounted to 151 students with 75 students as samples. The sampling technique was simple random sampling. Methods of collecting data is observation, documentation, interview, test and questionnaire. This research is a quantitative research with data analysis technique used is multiple regression analysis with the help of SPSS 20.

From the result of research which show that: (1) There is no negative effect between economic literacy toward impulse buying behavior for fashion product at student of Economic Education class of 2015 at Faculty of Economics, State University of Medan. (2) There is a negative effect between peer groups towards impulse buying behavior for fashion product at student of Economic Education class of 2015 at Faculty of Economics, State University of Medan. (3) There is a negative and significant effect between economic literacy and peer group towards the behavior of impulse buying for fashion product at student of Economic Education class of 2015 at Faculty of Economics, State University of Medan. The result of the coefficient of determination (R^2) shows that 0.188 (18.8%) means that 18.8% of changes in impulsive buying behavior are influenced by economic literacy and peer group, while the remaining 81.2% is influenced by other factors studied.

Keywords: *Economic Literacy, Peer Groups, Impulse Buying Behavior*