

ABSTRAK

Ayu Ria Lestari, NIM. 7171141002. “Pengaruh Literasi Keuangan, Kondisi Sosial Ekonomi Keluarga dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan”. Jurusan Ekonomi, Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan 2017.

Permasalahan dalam penelitian ini ialah Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang cenderung berlebihan karena mahasiswa lebih menghabiskan uangnya untuk memenuhi keinginan daripada kebutuhan hidupnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Literasi Keuangan, Kondisi Sosial Ekonomi Keluarga dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Stambuk 2018 yang berjumlah 522 mahasiswa dengan 226 mahasiswa sebagai sampel penelitian. Teknik sampling yang digunakan adalah *random sampling*. Metode pengumpulan data yaitu observasi, dokumentasi dan angket. Hasil perhitungan regresi Analisis Linear Berganda adalah $Y = 13,285 + 0,078 X_1 + 0,213 X_2 + 0,558 X_3 + e$. Sedangkan hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial literasi keuangan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,114 < 1,970$ pada taraf signifikan $0,267 > 0,05$). Kondisi sosial ekonomi keluarga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,419 > 1,970$) pada taraf signifikan $0,001 < 0,05$. Media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($11,627 > 1,970$) pada taraf signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil uji F menunjukkan bahwa literasi keuangan, kondisi sosial ekonomi keluarga dan media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($95,494 > 2,64$) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Dengan koefisien determinasi (R^2) 0,563 atau 56,3%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima yakni terdapat pengaruh positif dan signifikan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, terdapat pengaruh positif dan signifikan kondisi sosial ekonomi keluarga terhadap perilaku konsumtif, dan media sosial terhadap perilaku konsumtif berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial dan simultan.

Kata-kata Kunci: Literasi Keuangan, Kondisi Sosial Ekonomi Keluarga, Media Sosial, Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

Ayu Ria Lestari, NIM. 7171141002. "The Influence of Financial Literacy, Family Socio-Economic Conditions and Social Media on Consumptive Behavior of Students of the 2018 Stambuk Faculty of Economics, State University of Medan". Department of Economics, Economic Education Study Program, Faculty of Economics, Medan State University 2017.

The problem in this research is the student's consumptive behavior which tends to be excessive because students spend more money to fulfill their desires than their needs. The purpose of this study was to determine the Effect of Financial Literacy, Family Socio-Economic Conditions and Social Media on Consumptive Behavior of Students of the 2018 Stambuk Faculty of Economics, Medan State University. This research was conducted at the Faculty of Economics, Medan State University. The population of this study were all Stambuk 2018 students, totaling 522 students with 226 students as the research sample. The sampling technique used is random sampling. Data collection methods are observation, documentation and questionnaires. The results of the regression calculation of Multiple Linear Analysis are $Y = 13,285 + 0,078 X_1 + 0,213 X_2 + 0,558 X_3 + e$. While the results of the t test show that partially financial literacy has a positive and significant influence on consumptive behavior with a value of $t_{count} > t_{(table)}$ ($1.114 < 1.970$ at a significant level of $0.267 > 0.05$). Family socioeconomic conditions have a positive and significant influence on behavior consumptive with $t_{count} > t_{(table)}$ ($3,419 > 1,970$) at a significant level of $0.001 < 0.05$. Social media has a positive and significant influence on consumptive behavior with $t_{count} > t_{(table)}$ ($11,627 > 1,970$) at a significant level of $0.000 < 0.05$. The results of the F test indicate that financial literacy, family socioeconomic conditions and social media have a significant influence on consumptive behavior with a value of $f_{count} > f_{(table)}$ ($95.494 > 2.64$) and a significant value of $0.000 < 0.05$. coefficient of determination (R^2) 0.563 or 56.3%. The results of this study indicate that the hypothesis is accepted that there is a negative and significant influence on financial literacy. In consumptive behavior, there is a positive and significant influence of family socioeconomic conditions on consumptive behavior, and social media on consumptive behavior has a positive and significant effect both partially and simultaneously.

Keywords: Financial Literacy, Family Socio Economic Conditions, Social Media, Consumptive Behavior