

ABSTRAK

Neng Dini Amaliah. (2021). Skripsi. Pengaruh Literasi Ekonomi dan Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Hedonis serta Implikasinya Terhadap Perilaku Konsumtif (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi). Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Siliwangi Tasikmalaya. Dibawah bimbingan Dra. Hj. Heti Suherti, M.M dan Rendra Gumilar, M.Pd.

Masalah dalam penelitian ini yaitu mahasiswa yang termasuk dalam konsumen remaja tidak lagi rasional dalam memenuhi kebutuhannya sehingga membentuk perilaku konsumtif. Faktor yang diduga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif diantaranya literasi ekonomi, media sosial dan gaya hidup hedonis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari literasi ekonomi dan media sosial terhadap perilaku konsumtif secara langsung maupun melalui gaya hidup hedonis. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif jenis survei dengan desain yaitu survei eksplanatori. Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *proportionate stratified random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 352 orang. Metode pengumpulan data menggunakan test dan kuesioner serta teknik analisis data menggunakan analisis jalur atau *Path Analysis*. Hasil Pengolahan data menunjukkan: 1) Terdapat pengaruh secara negatif dan signifikan dari literasi ekonomi terhadap gaya hidup hedonis dengan nilai signifikansi 0,007. 2) Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan dari media sosial terhadap gaya hidup hedonis dengan nilai signifikansi 0,000. 3) Tidak terdapat pengaruh secara signifikan dari literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif dengan nilai signifikansi 0,663. 4) Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan dari media sosial terhadap perilaku konsumtif dengan nilai signifikansi 0,000. 5) Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan dari gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif dengan nilai signifikansi 0,000. 6) Terdapat pengaruh secara signifikan dari literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup hedonis dengan nilai t hitung $>$ t tabel ($-4,04 > 1,97$). 7) Terdapat pengaruh secara signifikan dari media sosial terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup hedonis dengan nilai t hitung $>$ t tabel ($8,10 > 1,97$).

Kata Kunci : Gaya, Literasi, Media, Perilaku

ABSTRAK

Neng Dini Amaliah. (2021). Skripsi. *The Influence of Economic Literacy and Social Media on Hedonic Lifestyle and implications for Consumptive Behavior (Survey on Students of The Faculty of Economics and Business at Siliwangi University)*. Departement of Economics Education Faculty of Teacher Training and Education Siliwangi University Tasikmalaya under the guidance of Dra. Hj. Heti Suherti, M.M and Rendra Gumilar, M.Pd.

The problem in this study is that students who are included in teenage consumers are no longer rational in meeting their needs so that they form consumptive behavior. Factors thought to influence consumptive behavior include economic literacy, social media and a hedonic lifestyle. The purpose of this study was to determine the effect of economic literacy and social media on consumptive behavior directly or through a hedonic lifestyle. This study uses a quantitative research method with a survey type by design, namely an explanatory survey. The population in this study were all students of the Faculty of Economics and Business, University of Siliwangi. The sampling technique used is proportionate stratified random sampling with a total sample of 352 people. Methods of data collection using tests and questionnaires and data analysis techniques using path analysis. The results of data processing show: 1) There is a negative and significant effect of economic literacy on a hedonic lifestyle with a significance value of 0.007. 2) there is a positive and significant influence of social media on a hedonic lifestyle with a significance value of 0.000. 3) There is no significant effect of economic literacy on consumptive behavior with a significance value of 0.663. 4) There is a positive and significant influence of social media on consumptive behavior with a significance value of 0.000. 5) There is a positive and significant influence of the hedonic lifestyle on consumptive behavior with a significance value of 0.000. 6) There is a significant effect of economic literacy on consumptive behavior through a hedonic lifestyle with $t \text{ count} > t \text{ table}$ ($-4,04 > 1,97$). 7) There is a significant influence of social media on consumptive behavior through a hedonic lifestyle with a $t \text{ value} > t \text{ table}$ ($8,10 > 1,97$).

Keywords: Behavior, Literacy, Media, Style