

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh literasi keuangan (X1) terhadap perilaku konsumsi (Y) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jambi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 2,292 . Oleh karena nilai koefisien t hitung $>$ t tabel $2,292 > 2,000$), artinya terdapat pengaruh literasi keuangan (X1) terhadap perilaku konsumsi (Y) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jambi.
2. Terdapat pengaruh penggunaan media sosial (X2) terhadap perilaku konsumsi (Y) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jambi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 9.106. Oleh karena nilai koefisien t hitung $>$ t tabel $(9,106 > 2,000)$, sehingga terdapat pengaruh penggunaan media sosial (X2) terhadap perilaku konsumsi (Y) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jambi.
3. Terdapat pengaruh literasi keuangan (X1) dan penggunaan media sosial (X2) terhadap perilaku konsumsi (Y) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jambi. Berdasarkan hasil penelitian

menunjukkan bahwa 94,485 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka terdapat pengaruh literasi keuangan (X1) dan penggunaan media sosial (X2) terhadap perilaku konsumsi (Y) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jambi.

5.2 Saran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh literasi keuangan dan penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumsi mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2018 universitas jambi, sehingga saran yang dapat disampaikan adalah :

1. Bagi mahasiswa dapat menerapkan ilmu yang didapat selama menempuh pendidikan seperti ekonomi mikro, ekonomi makro, moneter, dan lain-lain ke dalam kegiatan sehari-hari, seperti menabung, merencanakan dan mengelola keuangannya sehingga dapat mengurangi perilaku konsumsi yang berlebihan.
2. Bagi mahasiswa diharapkan menggunakan media sosial untuk hal positif, seperti memanfaatkan media sosial untuk berjualan dan mempromosikan produk usahanya sendiri.
3. Bagi calon peneliti selanjutnya agar dapat diadakan penelitian lanjutan dengan menggunakan variabel-variabel lain, dengan jumlah mahasiswa yang lebih banyak dan tempat penelitian yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliya, Luthfatul & Khasan Setiaji. 2017. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya dan Status Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Semarang). *Economic Education Analysis Journal* Vol. 6 No. 3 Tahun 2017.
- Andrew, Vincentius dan Linawati, Nanik. 2014. Hubungan Faktor Demografi dan Pengetahuan Keuangan dengan Perilaku Keuangan Karyawan Swasta di Surabaya. *Finesta*, Vol.02 No.02,2014, 35-39.
- Anggraeni, Elly & Khasan Setiaji. 2018. Pengaruh Media Sosial dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Economic Education Analysis Journal* Vol. 7 No. 1 Tahun 2018.
- Antony, Mayfield. 2008. *What is Social Media?*. London: iCrossing.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dikria, Okky & Sri Umi Mintarti W. 2016. Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi* Vol. 9 No. 2 Tahun 2016.
- Ergun, Kutlu. 2017. Financial Literacy Among University Students: A Study in Eight European Countries. *Wiley International Journal of Consumer Studies* Year 2017..

- Fiqriyah, Rizky, Hari Wahyono & Ro'ufah Inayati. 2016. Pengaruh Pengelolaan Uang Saku, Modernitas, Kecerdasan Emosional, dan Pemahaman Dasar Ekonomi Terhadap Rasionalitas Perilaku Konsumsi Siswa Kelas X IIS MAN 1 Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi* Vol. 9 No. 1 Tahun 2016.
- Frisnawati. A. 2012. Hubungan Antara Intensitas Menonton Reality Show Dengan Kecenderungan Perilaku Prososial. *Empathy* vol. 1 : 50-54.
- Fuchs, C. 2014. *Social Media a Critical Introduction*. Los Angel: SAGE Publication, Ltd.
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung. Alfabeta.
- Herdjiono, Irine dan Damanik, Lady Angela. 2016. Pengaruh Financial Attitude, Financial Knowledge, Parental Income terhadap Financial Management Behaviour. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, Thaun 9 No.3, Desember 2016, 226-241.
- Kaplan, Haenlein. 2010. *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*.
- Kiyosaki, Robert T & Sharon L. Lechter. 2000. *Rich and Poor Dad*. Jakarta. Gramedia Indonesia.
- Krishna, A. Rofaira, R, & Sari, M. 2010. Analisis tingkat literasi keuangan di kalangan mahasiswa dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. *Proceedings of the 4th International Conference on Teacher Education Join Conference UPI & UPSI Bandung Indonesia*.
- Lisma, Niati, Agung Haryono & Ro'ufah Inayati. 2016. Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ditinjau dari Motif Bertransaksi (Studi Kasus Pada

- Mahasiswi S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan Tahun 2012). *Jurnal Pendidikan Ekonomi* Vol. 9 No. 1 Tahun 2016.
- Nasrullah, R. 2015. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis.
- Puntoadi, Danis. 2011. *Meningkatkan Penjualan Melalui Sosial Media*. Jakarta: Elex Gramedia.
- Setiadi, J. 2003. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*. Jakarta. Kencana.
- Sumartono. 2002. *Terperangkap Dalam Iklan*. Bandung. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Tim Penyusun, 2010. *Pedoman Penulisan Skripsi Jurusan PIPS FKIP Universitas Jambi*. Jambi: Universitas Jambi.
- Wijayanti, Grisvia Agustin & Farida Rahmawati. 2016. Pengaruh Jenis Kelamin, IPK, dan Semester Terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa Prodi S1 Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi* Vo. 9 No. 1 Tahun 2016.