

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Terdapat pengaruh lingkungan sosial terhadap literasi ekonomi mahasiswa prodi ekonomi syariah UIN STS Jambi. Hasil ini diperoleh nilai t_{hitung} variabel lingkungan sosial sebesar 4,304 sedangkan nilai t_{tabel} 1,987, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini membuktikan bahwa variabel lingkungan sosial mempengaruhi variabel literasi ekonomi. Artinya apabila lingkungan sosial semakin baik maka literasi ekonomi juga semakin baik.
2. Terdapat pengaruh iklan terhadap literasi ekonomi mahasiswa prodi ekonomi syariah UIN STS Jambi. Hasil ini diperoleh nilai t_{hitung} variabel sikap kewirasusahaan sebesar 6,865 sedangkan nilai t_{tabel} 1,987, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini membuktikan bahwa variabel iklan mempengaruhi variabel literasi ekonomi. Artinya apabila iklan semakin baik maka literasi ekonomi juga semakin baik.
3. Terdapat pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku konsumsi mahasiswa prodi ekonomi syariah UIN STS Jambi. Hasil ini diperoleh nilai t_{hitung} variabel lingkungan sosial sebesar 3,631 sedangkan nilai t_{tabel} 1,987, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini membuktikan bahwa variabel lingkungan sosial mempengaruhi variabel perilaku konsumsi. Artinya apabila lingkungan

sosial semakin baik maka perilaku konsumsi juga semakin baik.

4. Terdapat pengaruh iklan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa prodi ekonomi syariah UIN STS Jambi. Hasil ini diperoleh nilai t_{hitung} variabel iklan 2,255 sedangkan nilai t_{tabel} 1,987, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini membuktikan bahwa variabel iklan mempengaruhi variabel perilaku konsumsi. Artinya iklan semakin baik maka perilaku konsumsi juga semakin baik.
5. Terdapat pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa prodi ekonomi syariah UIN STS Jambi. Hasil ini diperoleh nilai t_{hitung} variabel literasi ekonomi sebesar 5,478 sedangkan nilai t_{tabel} 1,987, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini membuktikan bahwa variabel literasi ekonomi mempengaruhi variabel perilaku konsumsi. Artinya apabila literasi ekonomi semakin baik maka perilaku konsumsi juga semakin baik.
6. Terdapat pengaruh tidak langsung lingkungan sosial melalui literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa prodi ekonomi syariah UIN STS Jambi. Nilai t_{hitung} sebesar 5,478 lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu 1,987, maka dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi 0,16916 yang berarti bahwa literasi ekonomi mampu memediasi lingkungan sosial terhadap perilaku konsumsi. Artinya dengan adanya dukungan literasi ekonomi akan semakin baik perilaku konsumsi.
7. Terdapat pengaruh tidak langsung iklan melalui literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa prodi ekonomi syariah UIN STS Jambi. Nilai t_{hitung} sebesar 5,478 lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu 1,987, maka dapat

disimpulkan bahwa koefisien mediasi 0,10171 yang berarti bahwa literasi ekonomi mampu memediasi iklan terhadap perilaku konsumsi. Artinya dengan adanya dukungan literasi ekonomi akan semakin baik perilaku konsumsi mahasiswa.

8. Terdapat pengaruh lingkungan sosial, iklan, dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa prodi ekonomi syariah UIN STS Jambi. Diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 79,380 > nilai F_{tabel} 2,70 dengan nilai signifikannya sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya ada pengaruh lingkungan sosial, iklan, dan literasi ekonomi secara bersama-sama terhadap perilaku konsumsi. Nilai R^2 sebesar 0,709. Jadi besarnya pengaruh lingkungan sosial, iklan, literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa prodi ekonomi syariah UIN STS Jambi sebesar 70,9% sedangkan sisanya 29,1% disebabkan faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

5.2 Saran

Sehubungan dengan hasil penelitian yang telah didapat, maka penulis mengemukakan saran sebagai berikut:

Bagi mahasiswa, hendaknya mampu membentengi diri dengan prinsip yang kuat dan keyakinan terhadap mana hal yang baik dan mana hal yang buruk, sehingga tidak mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitar terutama dari pengaruh buruk yang membawa pada perilaku konsumsi yang tidak baik

Mengingat R^2 dalam penelitian ini sebesar 70,9% sedangkan

sisanya 29,1% disebabkan faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini, maka untuk peneliti selanjutnya yang mengambil permasalahan perilaku konsumsi perlu diteliti lebih lanjut variabel-variabel lainnya.