

ABSTRAK

Paskatasya, Dwima. 2022. Pengaruh Literasi Ekonomi, *Influencer* Sosial Media, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jambi Angkatan 2020-2021., Pembimbing: (I) Prof. Dr. Drs. H. Khairinal, Dpt,BA. , M.Si., (II) Dr. Siti Syuhada, S.Pd. M.E.

Kata Kunci: Literasi Ekonomi, *Influencer* Sosial Media, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif.

Masivitas *Influencer* Sosial Media yang hadir di Indonesia memunculkan pertanyaan terkait perilaku konsumtif mahasiswa yang menjadi inti mendasar tulisan ini dan membuat peneliti tertarik untuk meneliti masalah tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan: (1) Pengaruh langsung literasi ekonomi terhadap gaya hidup, (2) Pengaruh langsung *influencer* sosial media terhadap gaya hidup, (3) Pengaruh langsung literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif, (4) Pengaruh langsung *influencer* sosial media terhadap perilaku konsumtif, (5) Pengaruh langsung gaya hidup terhadap perilaku konsumtif, (6) Pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup, (7) Pengaruh *influencer* sosial media terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup.

Metodologi penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan analisis jalur (*path anlisy*). Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa pendidikan ekonomi yang terdiri dari 2 angkatan, yaitu 2020 dan 2021. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 185 mahasiswa dan Sample sebanyak 127 mahasiswa yang kemudian dijadikan responden dalam penelitian ini. Instrumen dalam penelitian ini berupa angket dengan bantuan *google form*.

Hasil analisis data yang diperoleh menjelaskan bahwa: (1) Terdapat pengaruh langsung literasi ekonomi terhadap gaya hidup sebesar 0,352, (2) Terdapat Pengaruh langsung *influencer* sosial media terhadap gaya hidup sebesar 0,338, (3) Terdapat pengaruh langsung literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif sebesar 0,342, (4) Terdapat pengaruh langsung *influencer* sosial media terhadap perilaku konsumtif sebesar 0,352, (5) Terdapat pengaruh langsung gaya hidup terhadap perilaku konsumtif sebesar 0,340, (6) Pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup sebesar -0,120, (7) Pengaruh *influencer* sosial media terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup sebesar 0,467.

Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan kesimpulan bahwa semua H_a diterima dan H_0 ditolak. Teruntuk mahasiswa diharapkan agar dapat mengambil sisi positif dari hal-hal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Peneliti juga menyarankan kepada mahasiswa untuk mengurangi kegiatan yang dapat menyebabkan peningkatan pada perilaku konsumtif.