

ABSTRAK

Ragil Pahlawan, Npm: 71190311029, Judul: Pengaruh Belanja *Online* dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara, Dibimbing Oleh: Bapak M. Sahnun, SE.,M.M Selaku Dosen Pembimbing I Dan Bapak Azhar Apriandi, SE.,M.M Selaku Dosen Pembimbing II, Skripsi: 2023

Penelitian skripsi ini dilatar belakangi oleh perkembangan era digitalisasi semakin cepat dan pesat menuntut perubahan dalam sektor perbelanjaan dan pengelolaan keuangan yang semakin modern dan efisien. Perkembangan zaman memunculkan bentuk perbelanjaan baru melalui sistem *online* seiring dengan perilaku baru dikalangan masyarakat yaitu perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif masyarakat tentu dipengaruhi oleh kondisi internal dan eksternal. Tinggi rendahnya perilaku konsumtif masyarakat dapat dipengaruhi oleh banyak faktor diantaranya adalah belanja *online* dan literasi keuangan. Salah satu yang menjadi perhatian perilaku konsumtif adalah generasi milenial.

Penelitian ini mengkaji pengaruh belanja *online* dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara. Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari kuisisioner yang disebar pada responden yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara sebanyak 93 responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *stratified random sampling*. Data kuisisioner dianalisis menggunakan SPSS 25.0 dengan melakukan beberapa tahap uji analisis data, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis (uji t dan F) dan koefisien determinasi (R^2).

Berdasarkan hasil penelitian dengan uji parsial (t) ada pengaruh yang positif dan signifikan dalam belanja online (X_1) terhadap perilaku konsumtif yang dibuktikan dengan nilai diperoleh t-hitung $>$ t-tabel, yaitu $2,162 > 1,986$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dan ada pengaruh yang positif dan signifikan dalam literasi keuangan (X_2) terhadap perilaku konsumtif (Y) yang dibuktikan dengan nilai literasi keuangan (X_2) diperoleh t-hitung $>$ t-tabel, yaitu $2,475 > 1,986$ dan nilai signifikansi yaitu $0,015 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sedangkan menggunakan uji simultan (F) diketahui nilai F-hitung $8,283 >$ F-tabel sebesar $1,986$ dan $Prob > \alpha = 0,00 < 0,05$ sehingga bisa dikatakan secara simultan variabel X_1 (belanja *online*) dan X_2 (literasi keuangan) berpengaruh serta signifikan terhadap Y (perilaku konsumtif). Angka koefisien determinasi R^2 menunjukkan sebesar $0,155$ dengan besaran persentase sebesar $15,5\%$.

Kata Kunci: Belanja Online, Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

Ragil Pahlawan, Npm: 71190311029, Title: The Influence of Online Shopping and Financial Literacy on Consumptive Behavior in Students of the Faculty of Economics and Business, Islan University, North Sumatra, Supervised by: Mr. M. Sahnan, SE., M.M As Advisor I and Mr. Azhar Apriandi, SE., M.M As Advisor II, Thesis: 2023

The background of this thesis research is the development of digitalization era is getting faster, demanding changes in the shopping sector and financial management that are increasingly modern and efficient. The development of the times has given rise to new forms of shopping through the online system along with new behaviors among the public, namely consumptive behavior. Society's consumptive behavior is certainly influenced by internal and external conditions. The level of people's consumptive behavior can be influenced by many factors including online shopping and financial literacy. One of the concerns of consumer behavior is the millennial generation.

This study examines the effect of online shopping and financial literacy on consumptive behavior of students of the Faculty of Economics and Business, Islamic University of North Sumatra. This research method uses a type of quantitative research. The data source used is primary data obtained from questionnaires distributed to respondents, namely students of the Faculty of Economics and Business, Islamic University of North Sumatra, as many as 93 respondents. The sampling technique used in this study is the stratified random sampling technique. Questionnaire data was analyzed using SPSS 25.0 by carrying out several stages of data analysis test, validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test, hypothesis test (t and F test) and the coefficient of determination (R^2).

Based on the results of the study with the partial test (t), there is a positive and significant influence on online shopping (X_1) on consumptive behavior as evidenced by the value obtained by t-count > t-table, namely $2.162 > 1.986$, then H_0 is rejected and H_1 is accepted, and there is a positive and significant influence in financial literacy (X_2) on consumptive behavior (Y) as evidenced by the value of financial literacy (X_2) obtained t-count > t-table, which is $2.475 > 1.986$ and the significance value is $0.015 < 0.05$ then H_0 is rejected and H_1 is accepted. While using the simultaneous test (F) it is known that the F-count value is $8.283 > F$ -table of 1.986 and $Prob > \alpha = 0.00 < 0.05$ so that it can be said simultaneously that the variables X_1 (online shopping) and X_2 (financial literacy) have an effect and significant to Y (constant behavior). The coefficient of determination R^2 shows 0.155 with a percentage of 15.5% .

Keywords: Online Shopping, Financial Literacy and Consumptive Behavior