

ABSTRAK

ANGGI SETIAWAN. 2018. **PENGARUH KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DAN LITERASI EKONOMI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PADA PRODUK *FASHION* (Studi Survei Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2022)**. Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Siliwangi, Tasikmalaya.

Masalah dalam penelitian ini mengenai perilaku konsumtif yang terjadi pada mahasiswa pendidikan ekonomi pada produk *fashion*. Berdasarkan pra penelitian yang dilakukan, uang saku yang mereka terima dari orangtua cenderung membeli produk *fashion* tanpa perencanaan sehingga mereka bertindak boros. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konformitas teman sebaya dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pada produk *fashion*. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode survei dengan desain eksplanatori. Populasi penelitian ini seluruh mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2022 yang berjumlah 134 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu sampel jenuh. Teknik pengumpulan menggunakan kuesioner tertutup dan teknik analisis data yaitu menggunakan uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi R^2 , uji t, dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Terdapat pengaruh konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan nilai signifikansi ($0,036 < 0,05$). 2) Terdapat pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan nilai signifikansi ($0,009 < 0,05$). 3) Terdapat konformitas teman sebaya dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$). Simpulan dari penelitian ini yaitu konformitas teman sebaya dan literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pada produk *fashion*.

Kata Kunci : *Konformitas Teman Sebaya, Literasi Ekonomi, Perilaku Konsumtif*

ABSTRACT

ANGGI SETIAWAN. 2018. ***THE EFFECT OF PEER CONFORMITY AND ECONOMIC LITERACY ON STUDENTS' CONSUMER BEHAVIOR ON FASHION PRODUCTS (Survey Study on Economic Education Students Class of 2022)***. Department of Economics Education, Faculty of Teacher Training and Education, Siliwangi University, Tasikmalaya.

The problem in this study concerns the consumer behavior that occurs in economics education students on fashion products. Based on the pre-research conducted, the pocket money they receive from their parents tends to buy fashion products without planning so that they act wastefully. This study aims to determine the effect of peer conformity and economic literacy on student consumer behavior on fashion products. The research method used is a survey method with an explanatory design. The population of this study was all economics education students in the 2022 intake totaling 134 respondents. The sampling technique used was a saturated sample. The collection technique used a closed questionnaire and the data analysis technique used a normality test, linearity test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, R² determination coefficient test, t test, and F test. The results of the study showed that 1) There is an influence of peer conformity on student consumption behavior with a significance value ($0.036 < 0.05$). 2) There is an influence of economic literacy on student consumption behavior with a significance value ($0.009 < 0.05$). 3) There is peer conformity and economic literacy on student consumption behavior with a significance value ($0.000 < 0.05$). The conclusion of this research is that peer conformity and economic literacy influence students' consumptive behavior in fashion products.

Keywords: Peer Conformity, Economic Literacy, Consumptive Behavior