

ABSTRAK

Aulia Rahmi. 2024. “*Penggunaan Media Sosial Tik Tok, Dompot Digital, Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Generasi Z Di Kota Banjarmasin*”.Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Pembimbing Erissa Nilasari, S.P., M.P

Kata Kunci : Media Sosial TikTok,Dompot Digital, Literasi Keuangan Syariah, Generasi Z, Perilaku Konsumtif

Media sosial TikTok diduga mempengaruhi perilaku konsumtif generasi Z yang cepat dalam mengaplikasikan teknologi sehari-hari. Adanya pembatasan dan pelarangan penggunaan TikTokShop menunjukkan bahwa TikTok, terutama TikTokShop, dapat memengaruhi pola perilaku konsumtif. Tingginya penggunaan internet memudahkan penggunaan dompet digital dengan fleksibilitas. Diharapkan literasi keuangan syariah dapat mengurangi perilaku konsumtif gen z. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial variabel independen terhadap variabel dependen.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field Research*). Adapun penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dan teknik sampling menggunakan sampling incidental serta menghitung sampel menggunakan rumus lemeshow dikarenakan jumlah populasi yang tidak dapat diketahui secara pasti. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data terdiri atas uji instrument penelitian yang meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis yang meliputi uji F dan uji T.

Secara simultan menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 31,3% dan sebesar 68,7% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian. Adapun hasil uji T (parsial) menunjukkan bahwa variabel media sosial tiktok dan literasi keuangan syariah berpengaruh positif dibuktikan dengan nilai signifikansi yaitu 0,00 dan $0,02 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dan untuk variabel dompet digital dengan nilai signifikan sebesar 0,12 $> 0,05$ yang artinya tidak terdapat pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif (Y), maka H_0 diterima dan menolak H_a .