

**PENGARUH *FINANCIAL LITERACY*, *SELF CONTROL* DAN  
*SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP PERILAKU  
KONSUMTIF FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MIKROSKIL**

**SKRIPSI**

Oleh :

**JESSLYN CIANG  
NIM 222111226**



**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MIKROSKIL  
MEDAN  
2026**

**THE INFLUENCE OF *FINANCIAL LITERACY, SELF CONTROL, AND SOCIAL MEDIA MARKETING* ON THE CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF BUSINESS FACULTY AT MIKROSKIL UNIVERSITY**

**FINAL RESEARCH**

By:

**JESSLYN CIANG  
STUDENT NUMBER 222111226**



**UNDERGRADUATE PROGRAM OF MANAGMENT  
BUSINESS FACULTY  
UNIVERSITAS MIKROSKIL  
MEDAN  
2026**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *FINANCIAL LITERACY*, *SELF CONTROL* DAN  
*SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP PERILAKU  
KONSUMTIF FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MIKROSKIL

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna  
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu  
Program Studi Manajemen

Oleh :

JESSLYN CIANG  
NIM 222111226


Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I,



Dr. Hendra Jonathar Sibarani, S.ST., M.Si.

Dosen Pembimbing II,



Nasrul Efendi, S.E., M.Si.

Medan, 10 Februari 2026  
Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi,

  
Christine, S.M., M.Si.

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut :

NIM : 222111226

Nama : Jesslyn Ciang

Saya telah melaksanakan Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut :

Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Financial Literacy*, *Self Control* Dan *Social Media Marketing* Terhadap Perilaku Konsumtif Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil

Tempat Penelitian : Universitas Mikroskil

Alamat Penelitian : Jln Thamrin No 140, Medan

No. Telp. : (061) 4573767

Sehubungan dengan Tugas akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya**. Bila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan yakni **Pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan Ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 10 Februari 2026

Saya yang membuat pernyataan,



Jesslyn Ciang

## ABSTRAK

Perkembangan digital dan intensitas pemasaran melalui media sosial mendorong meningkatnya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa, terutama ketika tidak diimbangi dengan literasi keuangan dan pengendalian diri yang memadai. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Financial Literacy, Self Control, dan Social Media Marketing terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil angkatan 2022 dan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Financial Literacy dan Self Control berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan Social Media Marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Secara simultan, Financial Literacy, Self Control, dan Social Media Marketing berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan ini menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan dan pengendalian diri, serta tingginya paparan pemasaran media sosial, berkontribusi terhadap meningkatnya perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi institusi pendidikan dalam merancang program edukasi keuangan dan penguatan pengendalian diri mahasiswa.

**Kata Kunci:** *Financial Literacy, Self Control, Social Media Marketing, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa.*

## **ABSTRACT**

*The rapid development of digital technology and the intensive use of social media marketing have contributed to the increasing level of consumptive behavior among university students, particularly when it is not balanced with adequate financial literacy and self-control. This study aims to analyze the influence of Financial Literacy, Self Control, and Social Media Marketing on the consumptive behavior of students at the Faculty of Business, Universitas Mikroskil. This research employed a quantitative approach using a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to students of the Faculty of Business, Universitas Mikroskil class of 2022 and analyzed using multiple linear regression analysis. The results indicate that Financial Literacy and Self Control have a positive but not significant effect on students' consumptive behavior, while Social Media Marketing has a positive and significant effect on consumptive behavior. Simultaneously, Financial Literacy, Self Control, and Social Media Marketing have a significant influence on students' consumptive behavior. These findings suggest that low financial literacy and self-control, combined with high exposure to social media marketing, contribute to increased consumptive behavior among students. This study is expected to serve as a reference for educational institutions in developing financial education programs and strengthening students' self-control.*

**Keywords:** *Financial Literacy, Self Control, Social Media Marketing, Consumptive Behavior, Students.*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, dengan anugerah-Nya, memberikan petunjuk dan rahmat sehingga penulis berhasil menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan sesuai jadwal. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan kurikulum dalam menyelesaikan pendidikan akhir Program Studi Manajemen di Universitas Mikroskil Medan

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis Mendapatkan banyak dukungan dari berbagai pihak oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua yang telah membantu, termasuk:

1. Bapak Dr. Hendra Jonathan Sibarani, S.ST., M.Si. yang merupakan Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bantuan sebagai mentor berupa bimbingan yang mendalam, pengarahan, inspirasi bagi penulis untuk dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Bapak Nasrul Efendi, S.E., M.Si. yang merupakan Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bantuan sebagai mentor berupa bimbingan yang mendalam, pengarahan, inspirasi bagi penulis untuk dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Bapak Hardy, S.Kom., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
5. Ibu Christine, S.M., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan
6. Ibu Rayu Sri Wahyuni, S.H.,M.M. selaku Dosen Wali Program Studi Manajemen kelas MN-A Sore.
7. Bapak dan Ibu Dosen, yang telah memberikan waktunya dalam mendidik dan memberikan pengetahuan , informasi , dukungan dan saran untuk dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis bagikan , terima kasih atas kerja samanya.

9. Kedua orang tua dan kakak-kakak saya yang selalu memberikan doa, semangat dan dukungan moral maupun material selama masa studi.
10. Seluruh teman teman saya yang telah memberikan motivasi, dukungan, informasi dan saran kepada penulis dalam penyelesaian tugas akhir ini.
11. Pihak - pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yan telah memberikan bantuan, baik langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini memiliki kekurangan, baik dalam hal jumlah maupun kualitas penulisan, karena keterbatasan waktu dan pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik konstruktif dari semua pembaca untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak sebagai akhir dari penulisan ini.

Medan, 10 Februari 2026

Penulis

Jesslyn Ciang

## DAFTAR ISI

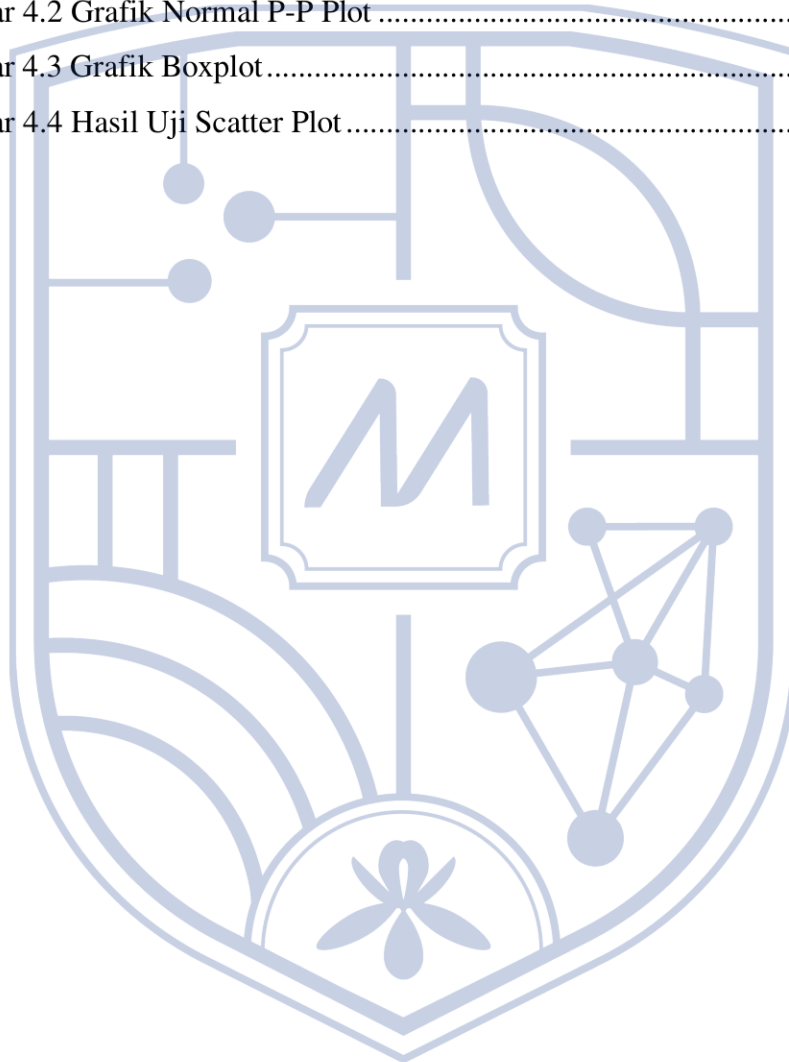
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
11.1. Latar Belakang.....	1
11.2. Rumusan Masalah.....	8
11.3. Ruang Lingkup Penelitian.....	8
11.4. Tujuan Penelitian.....	9
11.5. Manfaat Penelitian.....	9
11.6. Originalitas Penelitian.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
2.1 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2 Tujuan Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.3 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	12
2.2 <i>Financial Literacy</i> .....	13
2.2.1 Pengertian <i>Financial Literacy</i> .....	13
2.2.2 Tujuan <i>Financial Literacy</i> .....	14
2.2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Financial Literacy</i> .....	14
2.2.4 Indikator <i>Financial Literacy</i> .....	15
2.3 <i>Self Control</i> .....	16
2.3.1 Pengertian <i>Self Control</i> .....	16
2.3.2 Tujuan <i>Self Control</i> .....	16
2.3.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Self Control</i> .....	17
2.3.4 Indikator <i>Self Control</i> .....	18

2.4	<i>Social Media Marketing</i> .....	19
2.4.1	Pengertian <i>Social Media Marketing</i> .....	19
2.4.2	Jenis-jenis <i>Social Media Marketing</i> .....	20
2.4.3	Tujuan <i>Social Media Marketing</i> .....	21
2.4.4	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Social Media Marketing</i> .....	21
2.4.5	Indikator <i>Social Media Marketing</i> .....	23
2.5	Perilaku Konsumtif .....	24
2.5.1	Pengertian Perilaku Konsumtif.....	24
2.5.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif .....	25
2.5.3	Indikator Perilaku Konsumtif .....	26
2.6	<i>Review</i> Penelitian Terdahulu.....	26
2.7	Kerangka Berpikir.....	30
2.8	Pengembangan Hipotesis .....	32
2.8.1	Teori Pengaruh <i>Financial Literacy</i> terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa .....	33
2.8.2	Teori Pengaruh <i>Self Control</i> terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa .....	33
2.8.3	Teori Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.....	33
2.8.4	Teori Pengaruh <i>Financial Literacy, Self Control, dan Social Media Marketing</i> terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa .....	34
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>35</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	35
3.2	Objek Penelitian.....	35
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	35
3.3.1	Penelitian Lapangan .....	36
3.3.2	Studi Kepustakaan .....	37
3.4	Populasi Dan Sampel .....	38
3.4.1	Populasi .....	38
3.4.2	Sampel.....	38
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	38
3.6	Teknik Analisis Data.....	40

3.6.1 Uji Statistik Deskriptif .....	40
3.6.2 Uji Validitas .....	41
3.6.3 Uji Reliabilitas .....	41
3.6.4 Uji Asumsi Klasik.....	41
3.6.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	44
3.6.6 Uji Hipotesis.....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	47
4.1.1 Profil Universitas Mikroskil .....	47
4.1.2 Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner .....	48
4.1.3 Gambaran Umum Responden.....	48
4.1.4 Hasil Statistik Deskriptif .....	50
4.1.5 Hasil Uji Kualitas Data.....	63
4.1.6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	67
4.1.7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	74
4.1.8 Hasil Uji Hipotesis .....	76
4.1.9 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	78
4.2 Pembahasan .....	79
4.2.1 Pengaruh <i>Financial Literacy</i> Terhadap Perilaku Konsumtif.....	79
4.2.2 Pengaruh <i>Self Control</i> Terhadap Perilaku Konsumtif .....	81
4.2.3 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Perilaku Konsumtif... 83	
4.2.4 Pengaruh <i>Financial Literacy, Self Control, Social Media Marketing</i> Terhadap Perilaku Konsumtif.....	85
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>88</b>
5.1 Kesimpulan .....	88
5.2 Saran .....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>95</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	32
Gambar 4.1 Grafik Histogram Uji Normalitas .....	69
Gambar 4.1 Grafik Histogram .....	69
Gambar 4.2 Grafik Normal P-P Plot .....	69
Gambar 4.3 Grafik Boxplot.....	71
Gambar 4.4 Hasil Uji Scatter Plot.....	73



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Prasurvei Perilaku Konsumtif.....	3
Tabel 1.2 Prasurvei Financial Literacy .....	4
Tabel 1.3 Prasurvei Self Control .....	5
Tabel 1.4 Prasurvei Social Media Marketing .....	7
Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1 Skala Likert .....	36
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel .....	39
Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner.....	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Jumlah Pendapatan .....	49
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Media Sosial .....	50
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Statistik Deskriptif .....	51
Tabel 4.6 Penjelasan Jawaban Responden Pada Variabel Financial Literacy .....	52
Tabel 4.7 Penjelasan Jawaban Responden Pada Variabel Self Control.....	54
Tabel 4.8 Penjelasan Jawaban Pada Variabel Social Media Marketing .....	57
Tabel 4.9 Penjelasan Jawaban Responden Pada Variabel Perilaku Konsumtif.....	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Perilaku Konsumtif .....	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Financial Literacy .....	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Self Control.....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Social Media Marketing.....	65
Tabel 4. 14 Hasil Pra Uji Reliabilitas Instrumen.....	66
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas .....	67
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas .....	68
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov .....	70
Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas KS-Monte Carlo .....	71
Tabel 4.19 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	72
Tabel 4.20 Tabel Coefficients.....	74
Tabel 4.21 Hasil Uji F (ANOVA) .....	76
Tabel 4.22 Hasil Uji t (Coefficients) .....	77
Tabel 4.23 Model Summary .....	78

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	95
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden .....	100
Lampiran 3 Hasil Olah Data SPSS .....	116

