

ABSTRAK

Nama : Hawa Zahrani
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Literasi financial*, Gaya Hidup, Interaksi Media Sosial Terhadap Perilaku *Doom spending* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Malikussaleh dengan *FOMO* sebagai variabel Mediasi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan interaksi media sosial terhadap perilaku *doom spending* dengan *Fear of Missing Out (FOMO)* sebagai variabel mediasi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang disebarkan kepada mahasiswa aktif yang dipilih melalui pengambilan sampel *purposive dan proposional sampling*, teknik analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Square (SEM-PLS)* dengan sampel sebanyak 140 responden. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *literacy financial*, interaksi media sosial dan *FOMO* berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku *doom spending*. Sebaliknya, dengan gaya hidup memiliki hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku *doom spending*. *FOMO* memediasi interaksi media sosial, namun tidak memediasi literasi financial dan gaya hidup. Temuan ini menegaskan bahwa kehadiran *FOMO* menjadi faktor penting yang memperkuat perilaku konsumtif di kalangan generasi muda. Sehingga, peningkatan literasi keuangan, pengendalian gaya hidup, serta penggunaan media sosial secara bijak menjadi langkah penting untuk mengurangi perilaku pengeluaran berlebihan pada mahasiswa.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Interaksi Media Sosial, *FOMO*, *Doom spending*.

ABSTRACT

Name : Hawa Zahrani
Study Program : Manajemen
Title : *The Influence of Financial Literacy, Lifestyle, and Social Media Interaction on Doom spending Behavior Among Students in the Faculty of Economics and Business at Malikussaleh University, with FOMO as Mediating Variable*

This study aims to analyze the influence of financial literacy, lifestyle, and social media interaction on doom spending behavior, with Fear of Missing Out (FOMO) as a mediating variable, among students in the Faculty of Economics and Business at Malikussaleh University. This study employs a quantitative approach using a survey distributed to active students selected through purposive and proportional sampling. Data analysis was conducted using Partial Least Squares-based Structural Equation Modeling (SEM-PLS) with a sample of 140 respondents. The results of this study indicate that financial literacy, social media interaction, and FOMO have a significant positive effect on doom spending behavior. Conversely, lifestyle was found to have no significant effect on doom spending behavior. FOMO mediates the effect of social media interaction but does not mediate the effects of financial literacy or lifestyle. These findings confirm that the presence of FOMO is a key factor reinforcing consumptive behavior among the younger generation. Therefore, improving financial literacy, managing one's lifestyle, and using social media wisely are crucial steps toward reducing excessive spending among college students.

Keywords: *Financial Literacy, Lifestyle, Social Media Interaction, FOMO, DoomSpending.*