ABSTRAK

Nama	:	Raja Alfarid
Program Studi	:	Ekonomi Syariah
Judul	:	Pengaruh Tiktok, Instagram, Dan Youtube Terhadap Peningkatan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Malikussaleh)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan media sosial TikTok, Instagram, dan YouTube terhadap peningkatan literasi keuangan syariah mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sumber informasi dan pembelajaran, termasuk dalam memperoleh pengetahuan mengenai keuangan syariah. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh yang telah menempuh mata kuliah keuangan syariah, dengan jumlah populasi sebanyak 255 mahasiswa. Penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh sampel sebanyak 156 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert. Analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan koefisien determinasi (R^2). Penelitian ini didasarkan pada *Social Learning Theory* yang menjelaskan bahwa individu dapat memperoleh pengetahuan melalui proses observasi dan interaksi dengan lingkungan sosial. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai pengaruh TikTok, Instagram, dan YouTube terhadap literasi keuangan syariah mahasiswa, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perguruan tinggi, pengelola media sosial edukatif, serta pihak terkait dalam meningkatkan literasi keuangan syariah melalui pemanfaatan media sosial secara optimal.

Kata kunci: TikTok, Instagram, YouTube, Literasi Keuangan Syariah, Media Sosial, *Social Learning Theory*.

ABSTRACT

Name : Raja Alfarid

Study Program : *Islamic Ekonomics*

Title : ***The Influence of TikTok, Instagram, and YouTube on Enhancing Islamic Financial Literacy Among Students: A Case Study of Islamic Economics Students at Malikussaleh University***

This study aims to analyze the influence of TikTok, Instagram, and YouTube usage on the improvement of Islamic financial literacy among students of the Islamic Economics Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas Malikussaleh. The study is motivated by the increasing use of social media as a source of information and learning, including the dissemination of knowledge related to Islamic finance. This research employs a quantitative approach using a survey method. The population consists of 255 students of the Islamic Economics Study Program who have completed Islamic finance courses. The sample comprises 156 respondents selected using the Slovin formula with a 5% margin of error and a purposive sampling technique. Data are collected through a structured questionnaire using a Likert scale. The data are analyzed using descriptive statistical analysis, validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, partial tests (t-test), simultaneous test (F-test), and the coefficient of determination (R^2). The study is grounded in the Social Learning Theory, which explains that individuals acquire knowledge through observation and interaction within their social environment. The findings are expected to provide empirical evidence regarding the influence of TikTok, Instagram, and YouTube on students' Islamic financial literacy, both partially and simultaneously. Furthermore, this study is expected to contribute to higher education institutions, educational social media content creators, and other stakeholders in optimizing the use of social media to enhance Islamic financial literacy.

Keywords: *TikTok, Instagram, YouTube, Islamic Financial Literacy, Social Media, Social Learning Theory.*