

INTISARI

Globalisasi ekonomi dengan faktor-faktor yang terdapat di dalamnya yaitu *brand image*, *e-commerce*, dan *financial technology* menyebabkan perubahan dalam beberapa aspek termasuk pola perilaku konsumsi khususnya mahasiswa. Permasalahan dalam hal ini terletak pada maraknya fenomena perilaku konsumtif mahasiswa yang ditunjang oleh faktor-faktor tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor dari globalisasi ekonomi yaitu *brand image*, *e-commerce*, dan *financial technology* terhadap permintaan dan perilaku konsumtif mahasiswa Yogyakarta. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden dari lima kampus terkenal di Yogyakarta. Analisis data menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dengan bantuan program *software eviews 12*. Hasil dari penelitian ini yaitu *brand image*, *e-commerce*, dan *financial technology* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa Kota Yogyakarta. Keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Kota Yogyakarta. *Brand image*, *e-commerce*, dan *financial technology* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif baik secara langsung ataupun tidak langsung melalui keputusan pembelian mahasiswa Kota Yogyakarta.

Kata kunci : *Brand Image, E-Commerce, Financial Technology, Permintaan, Perilaku Konsumtif*

ABSTRACT

Economic globalization with the factors contained in it, namely brand image, e-commerce, and financial technology, has caused changes in several aspects including consumption behavior patterns, especially students. The problem in this case lies in the rampant phenomenon of student consumptive behavior supported by these factors. This study aims to analyze the influence of factors from economic globalization, namely brand image, e-commerce, and financial technology on demand and consumptive behavior of Yogyakarta students. The research method uses quantitative methods with a sample size of 100 respondents from five well-known campuses in Yogyakarta. The results of this study are brand image, e-commerce, and financial technology have a positive and significant effect on purchasing decisions of Yogyakarta City students. Purchasing decisions have a positive and significant effect on the consumptive behavior of Yogyakarta City students. Brand image, e-commerce, and financial technology have a positive and significant effect on consumptive behavior either directly or indirectly through the purchasing decisions of Yogyakarta City students.

Keywords: Brand Image, E-Commerce, Financial Technology, Demand, Consumptive Behavior