



**PENGARUH STATUS SOSIAL EKONOMI
ORANG TUA, KELOMPOK TEMAN SEBAYA,
KONSEP DIRI, DAN PEMBELAJARAN EKONOMI
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SISWA
KELAS XI IIS DI SMA NEGERI 1 MAGELANG
TAHUN AJARAN 2016/2017**

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan

Pada Universitas Negeri Semarang

Oleh
Maya Sagita
NIM 7101413105

**JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

2017

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripsi pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 18 Juli 2017

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi

Pembimbing



Dr. Muhammad Khafid, S.Pd., M.Si
NIP. 196801021992031002

PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas
Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 19 September 2017

Penguji I



Dr. Partono Thomas, M.S.
NIP.195212191982031002

Penguji II



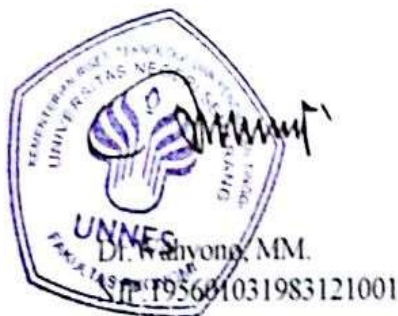
Ahmad Nurkhin, S.Pd., M.Si
NIP.198201302009121005

Penguji III



Dr. Muhammad Khafid, S.Pd., M.Si
NIP.196801021992031002

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



UNNES
Dr. Wahyuni, MM.
NIP.195601031983121001

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Maya Sagita

NIM : 7101413105

Tempat Tanggal Lahir : Purbalingga, 4 Desember 1995

Menyatakan bahwa yang tertulis dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, September 2017



Maya Sagita

NIM 7101413105

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain), dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”

(QS. AL-Insyirah : 5-8)

Persembahan

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua Orangtuaku, Bapak Yogi Suhasto dan

Ibu Jatiyah serta Adikku Diva Oktaviana

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

PRAKATA

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT yang melimpahkan rahmat, nikmat serta hiayah-Nya, sehingga penulis dapat diberikan kelancaran dalam menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya, Konsep Diri, Dan Pembelajaran Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Magelang Tahun Ajaran 2016/2017”.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Pada kesempatan ini perkenankan penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Fathur Rochman M.Hum, Rektor Universtas Negeri Semarang yang telah memberi kesempatan untuk menyelesaikan program strata satu melalui beasiswa bidikmisi di Universitas Negeri Semarang
2. Dr.Wahyono M.M., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang
3. Dr. Ade Rustiana M.Si., Ketua Jurusan Manajemen yang telah memberikan dukungn dalam menyelesaikan penyusunan skripsi
4. Dr. Muhammad Khafid S.Pd, M.Si., Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, bantuan dan dorongan dengan penuh kesabaran dalam penyusunan skripsi ini
5. Dr. Partono Thomas, M.S., selaku dosen penguji I yang telah memberikan masukan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini

6. Ahmad Nurkhin, S.Pd, M.Si., selaku dosen penguji II yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini
7. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Pendidikan Ekonomi, yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama saya menempuh studi Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Semarang
8. Drs. Sucahyo Wibowo, M.Si., Kepala SMA Negeri 1 Magelang yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian
9. Drs. Rochani., guru ekonomi kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Magelang yang
10. Para sahabat, Surya Ardian, Farida, Dwi Lestari, Eva Oktafikasari, yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam melakukan penelitian
11. Teman-teman kost new zealand, Pendidikan Akuntansi A 2013, Teman-teman KKN, PPL, yang telah memberikan dukungan

Terima kasih atas segala bantuan dan bimbingannya selama ini, dan saya berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, September 2017

UNNES
Penulis
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

SARI

SAGITA, MAYA. 2017, “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya, Konsep Diri, dan Pembelajaran Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Magelang Tahun Ajaran 2016/2017”, Skripsi. Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang. Pembimbing : Dr. Muhammad Khafid, S.Pd., M.Si.

Kata Kunci : Perilaku Konsumtif, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya, Konsep Diri, dan Pembelajaran Ekonomi

Perilaku konsumtif merupakan perilaku konsumsi irasional yang dilakukan oleh seseorang yang didasarkan pada pemenuhan keinginan dan kepuasan semata tanpa mempertimbangkan kebutuhannya. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS di SMA N 1 Magelang tahun ajaran 2016/2017 cenderung tinggi. Hal ini didasarkan pada distribusi penggunaan uang saku yang relatif defisit sebesar 60,7%. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh positif status sosial ekonomi orang tua, pengaruh positif kelompok teman sebaya, pengaruh positif konsep diri, dan pengaruh negatif pembelajaran ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Magelang tahun ajaran 2016/2017

Subjek dalam penelitian ini adalah siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Magelang Tahun Ajaran 2016/2017 yang berjumlah 114 siswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data berupa angket. Metode analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS Statistik versi 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa status sosial ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya, konsep diri dan pembelajaran ekonomi secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif sebesar 34,5%. Secara parsial, status sosial ekonomi orang tua berpengaruh terhadap perilaku konsumtif sebesar 3,96%, kelompok teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif sebesar 11,8%, konsep diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif sebesar 11,9%, dan pembelajaran ekonomi tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif, terdapat pengaruh positif kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif, terdapat pengaruh positif konsep diri terhadap perilaku konsumtif dan pembelajaran ekonomi tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Saran dari penelitian ini hendaknya pembelajaran disekolah lebih memberikan contoh kasus yang mengarah pada kehidupan sehari-hari agar siswa memiliki kemampuan kognitif yang diimbangi dengan kemampuan psikomotorik. Saran untuk peneliti selanjutnya diharapkan mengganti variabel pembelajaran ekonomi dengan variabel lainnya dan memperhatikan indikator yang digunakan agar tidak terjadi kesalahan dalam mengukur pengaruh masing-masing variabel terhadap perilaku konsumtif

ABSTRACT

SAGITA, MAYA. 2017, "*Effect of Socio Economy Status of Parents, Peer Group, Self Concept, and Economic Learning on Student Consumptive Behavior of XI IIS Class in SMA 1 Magelang Academic Year 2016/2017*", Bachelor of Economics Education. Faculty of Economics. Semarang State University. Advisor: Dr. Muhammad Khafid, S.Pd., M.Si.

Keywords: Consumptive Behavior, Socio economic Status of Parents, Peer Group, Self Concept, and Economic Learning

Consumptive behavior is the behavior of someone with irrational consumption that are based on sheer desire and satisfaction without considering the needs. The result of preliminary observation shows that the student's consumptive behavior of XI IIS class in SMA N 1 Magelang academic year 2016/2017 tend to be high. It is based on the distribution of the use that have relatively deficit 60.7%. This study aims to analyze the positive influence of social economic status of parents, positive influence of peers group, positive influence of self concept, and negative influence of economic learning on students consumptive behavior of XI IIS class in SMA 1 Magelang academic year 2016/2017

Subjects in this study were students of class XI IIS in SMA 1 Magelang academic year 2016/2017, amounting to 114 students. This study uses a quantitative approach. Methods of collecting data is questionnaires. Methods of data analysis using descriptive statistical analysis and multiple linear regression analysis using SPSS Statistic version 23.

The results showed that socio economic status of parents, peer group, self concept, and economic learning affect consumptive behavior simultaneously in amount 34.5%. Partially, the socio economic status of parents influenced the consumptive behavior in ammount 3.96%, peer group influenced the consumptive behavior in ammount 11.8%, self concept influenced the consumptive behavior in ammount 11.9%, and economic learning has no influenced the consumptive behavior

The Conclusion of this research, there are a positive influence of the socio economic status of the parents toward the students consumptive behavior, a positive influence of peer group toward the students consumptive behavior, a positive influence of self concept toward the students consumptive behavior and no influence between the economic learning to the students consumptive behavior. Suggestions can be submitted include : Economic learning should be more emphasized on daily activities so that students cognitive abilities can direct with students psychomotor skills. Suggestions for the next researcher is expected to replace the economic learning variables with other variables and pay attention to indicators used in order to avoid errors in measuring the influence of each variable on consumptive behavior

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN KELULUSAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
PRAKATA	vi
SARI	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	22
1.3. Cakupan Masalah	23
1.4. Perumusan Masalah	23
1.5. Tujuan Penelitian	24
1.6. Kegunaan Penelitian	25
1.7. Orisinalitas Penelitian	26
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN	27
2.1. Kajian Teori Utama (<i>Grand Theory</i>)	27
2.1.1. Teori Ekonomi	27
2.1.2. <i>Behaviorisme Theory</i> (Teori Perilaku)	28
2.1.3. <i>Social Comparison Theory</i> (Teori Perbandingan Sosial)	32
2.2. Kajian Variabel Penelitian	33

2.2.1. Perilaku Konsumtif	33
2.2.1.1. Pengertian Perilaku Konsumtif	33
2.2.1.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	35
2.2.1.3. Alasan Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja	37
2.2.1.4. Indikator Perilaku Konsumtif	37
2.2.2. Status Sosial Ekonomi Orang Tua	39
2.2.2.1. Pengertian Orang Tua/Keluarga	39
2.2.2.2. Pengertian Status Sosial	41
2.2.2.3. Status Sosial Ekonomi Orang Tua	42
2.2.2.4. Macam-Macam Status Sosial	43
2.2.2.5. Indikator Status Sosial Ekonomi Orang Tua	44
2.2.3. Kelompok Teman Sebaya	45
2.2.3.1. Pengertian Kelompok Teman Sebaya	45
2.2.3.2. Ciri-Ciri Kelompok Teman Sebaya (<i>Peer Group</i>)	48
2.2.3.3. Indikator Kelompok Teman Sebaya	49
2.2.4. Konsep Diri	50
2.2.4.1. Pengertian Konsep Diri	50
2.2.4.2. Pengaruh Konsep Diri terhadap Perilaku	51
2.2.4.3. Dimensi Konsep Diri	52
2.2.4.4. Indikator Konsep Diri	52
2.2.5. Pembelajaran Ekonomi	53
2.2.5.1. Pengertian Pembelajaran Ekonomi	53
2.2.5.2. Ciri-Ciri Perubahan Tingkah Laku Dalam Belajar	55
2.2.5.3. Indikator Pembelajaran Ekonomi	56
2.3. Kajian Penelitian Terdahulu	57
2.4. Kerangka Pemikiran Teoritis	63
2.5. Pengembangan Hipotesis	70
3. METODE PENELITIAN	71
3.1. Jenis dan Desain Penelitian	71
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan sampel	71
3.2.1. Populasi	71

3.2.2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	72
3.3. Variabel Penelitian	72
3.4. Teknik Pengambilan Data Penelitian.....	74
3.5. Teknik Analisis Coba Uji Instrumen	75
3.5.1. Uji Validitas Instrumen	76
3.5.2. Uji Reliabilitas Instrumen	80
3.6. Metode Analisis Data	81
3.6.1. Analisis Data Statistik Deskriptif	82
3.6.2. Analisis Regresi	89
3.6.2.1. Uji Prasyarat Regresi Linear Berganda	89
3.6.2.1.1. Uji Normalitas	89
3.6.2.1.2. Uji Linearitas	89
3.6.2.1.3. Uji Asumsi Klasik	90
3.6.2.1.3.1. Uji Multikolinearitas	90
3.6.2.1.3.2. Uji Heteroskedasitas	90
3.6.3. Pengujian Hipotesis	91
3.6.3.1. Uji Statistik Secara Simultan (Uji Statistik F)	91
3.6.3.2. Uji Statistik Secara Parsial (Uji t)	91
3.6.4. Koefisien Determinasi	93
3.6.4.1. Koefisien Determinasi Secara Simultan	93
3.6.4.2. Koefisien Determinasi Secara Parsial	93
4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	94
4.1. Hasil Penelitian	94
4.1.1. Analisis Statistik Deskriptif	94
4.1.1.1. Analisis Statistik Deskriptif Perilaku Konsumtif	96
4.1.1.2. Analisis Statistik Deskriptif Status Sosial Ekonomi Orang Tua	98
4.1.1.3. Analisis Statistik Deskriptif Kelompok Teman Sebaya	100
4.1.1.4. Analisis Statistik Deskriptif Konsep Diri	101
4.1.1.5. Analisis Statistik Deskriptif Pembelajaran Ekonomi.....	102
4.2. Hasil Uji Prasyarat Regresi	104

4.2.1. Hasil Uji Normalitas	104
4.2.2. Hasil Uji Linearitas	105
4.3. Hasil Uji Asumsi Klasik	107
4.3.1. Hasil Uji Multikolinearitas	107
4.3.2. Hasil Uji Heteroskedasitas	108
4.4. Hasil Pengujian Hipotesis.....	109
4.4.1. Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	109
4.4.2. Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	110
4.5. Koefisien Determinasi secara simultan dan parsial	113
4.5.1. Analisis Koefisien Determinasi Simultan	113
4.5.2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial	114
4.6. Pembahasan	115
4.6.1. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya, Konsep Diri dan Pembelajaran Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IIS SMA N 1 Magelang Tahun Ajaran 2016/2017	116
4.6.2. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IIS SMA N 1 Magelang Tahun Ajaran 2016/2017	118
4.6.3. Pengaruh Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IIS SMA N 1 Magelang Tahun Ajaran 2016/2017	120
4.6.4. Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IIS SMA N 1 Magelang Tahun Ajaran 2016/2017	122
4.6.5. Pengaruh Pembelajaran Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IIS SMA N 1 Magelang Tahun Ajaran 2016/2017	124
5. PENUTUP	129
5.1. Simpulan	129
5.2. Saran	131

DAFTAR PUSTAKA 133

LAMPIRAN 141



UNNES

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.Rata rata distribusi uang saku per bulan siswa kelas XI IIS di SMA N 1 Magelang	10
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu	60
Tabel 3.1 Populasi Penelitian	72
Tabel 3.2 Kategori penskoran jawaban angket berdasarkan skala likert	75
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif	77
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua	78
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kelompok Teman Sebaya	78
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Variabel Konsep Diri	79
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Variabel Pembelajaran Ekonomi	80
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	81
Tabel 3.9 Jenjang Kriteria Variabel Perilaku Konsumtif	84
Tabel 3.10 Jenjang Kriteria Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua	85
Tabel 3.11 Jenjang Kriteria Variabel Kelompok Teman Sebaya	86
Tabel 3.12 Jenjang Kriteria Variabel Konsep Diri	87
Tabel 3.13 Jenjang Kriteria Variabel Pembelajaran Ekonomi	88
Tabel 4.1 Hasil Statistik Deskriptif.....	94
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Konsumtif.....	96
Tabel 4.3 Rata-rata Deskriptif Per Indikator Variabel Perilaku Konsumtif	97
Table 4.4. Analisis Deskriptif Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua	98

Tabel 4.5 Rata-rata Deskriptif Per Indikator Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua	99
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Kelompok Teman Sebaya	100
Tabel 4.7 Rata-rata Deskriptif Per Indikator Kelompok Teman Sebaya	101
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Konsep Diri	101
Tabel 4.9 Rata-rata Deskriptif Per Indikator Variabel Konsep Diri	102
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Variabel Pembelajaran Ekonomi	103
Tabel 4.11 Rata-rata Deskriptif Per Indikator Variabel Pembelajaran Ekonomi	104
Tabel 4.12 Uji Normalitas One Sample Kolmogorov Smirnov Test	105
Tabel 4.13 Hasil Uji Durbin Watson Model Utama	106
Tabel 4.14 Hasil Uji Durbin Watson Model Kuadrat	106
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas	107
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedasitas	108
Tabel 4.17 Hasil Uji Simultan (Uji F)	109
Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial (Uji t)	110
Tabel 4.19 Koefisien Determinasi Simultan Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya, Konsep diri dan Pembelajaran Ekonom Terhadap Perilaku Konsumtif	112
Tabel 4.20 Koefisien Determinasi Parsial Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya, Konsep diri dan Pembelajaran Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pemikiran teoritis	70
--	----



UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Analisis Regresi Berganda	157
Lampiran 2. Hasil Uji Koefisien Determinansi	144
Lampiran 3. Hasil Uji Asumsi Klasik	147
Lampiran 4. Hasil Uji Linearitas	153
Lampiran 5. Hasil Statistik Deskriptif	156
Lampiran 6. Tabulasi Hasil Penelitian	186
Lampiran 7. Angket Penelitian	209
Lampiran 8. Kisi-kisi Angket Penelitian	216
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	219
Lampiran 10. Tabulasi Hasil Uji Coba Penelitian	237
Lampiran 11. Angket Uji Coba Penelitian	248
Lampiran 12. Kisi-kisi Angket Uji Coba Penelitian	256
Lampiran 13. Tabulasi Angket Pendahuluan	259
Lampiran 14. Angket Pendahuluan	261
Lampiran 15. Surat Izin Penelitian	263
Lampiran 17. Surat Keterangan Telah melakukan penelitian	265

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia telah menjadi bagian dari masyarakat dunia yang tentunya tidak lepas dari adanya globalisasi yang berdampak pada perluasan pasar bagi negara produsen dan memudarnya kebudayaan lokal. Dampak tersebut banyak disebabkan oleh semakin mudahnya akses teknologi dan informasi yang mengakibatkan masyarakat menjadi mudah tertarik untuk mengonsumsi barang dengan banyak pilihan yang ada (Imawati, dkk, 2013). Dalam kehidupannya, manusia memiliki keterkaitan yang erat dengan aspek ekonomi sebagai roda utama dalam menjalankan proses kehidupan, salah satunya ialah kegiatan konsumsi (Wirawan, 2015). Konsumsi adalah penggunaan barang dan jasa yang ditujukan langsung untuk memenuhi kebutuhan hidup (Sukwiaty, dkk 2006 dalam Kanserina, 2015). Dalam perspektif ekonomi, konsumsi difokuskan pada nilai guna dan dibentuk secara individu sedangkan dalam perspektif sosiologis, konsumsi bukan sekedar sebagai pemenuhan kebutuhan fisik dan biologis manusia melainkan berkaitan dengan aspek-aspek sosial budaya (Damsar, 2002:119).

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Masyarakat dihadapkan pada keterbatasan barang dan jasa dalam upayanya mencapai kepuasan ekonomi, sehingga perlu memperhatikan efisiensi serta mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan dalam penggunaannya (Retnandari, 2015:9). Pada hakekatnya manusia adalah *homo economicus*, namun pada kenyataannya masih banyak masyarakat Indonesia yang memiliki perilaku konsumsi yang irasional atau mengarah keperilaku konsumtif (Septiana, 2015). Terkadang seorang konsumen melakukan pembelian terhadap suatu barang bukan sekedar untuk memenuhi kebutuhannya tetapi juga untuk mengikuti keinginannya, sehingga mendorong mereka untuk berperilaku konsumtif atau cenderung boros (Wahyudi, 2013 dalam Wulandari, dkk 2016).

Perilaku konsumtif merupakan bentuk perilaku berkonsumsi yang tidak lagi dilakukan karena produk tersebut memang dibutuhkan, namun berkonsumsi dilakukan karena alasan-alasan lain seperti sekedar mengikuti arus mode, hanya ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial dan sebagainya (Wulandari, dkk 2016). Lyna dan Rosyid (1997) dalam Imawati, dkk (2013) juga mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi.

Sementara itu, menurut Dwi Astuti (2011) dalam Kanserina (2015) perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas, artinya belum habis sebuah produk yang di pakai seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lainnya atau dapat disebutkan membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu

produk karena banyak orang yang memakai barang tersebut. Berdasarkan pengertian tersebut diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku konsumsi irasional yang dilakukan oleh seseorang yang didasarkan pada pemenuhan keinginan dan kepuasan semata tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan manfaatnya.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) mengenai PDB Indonesia menurut pengeluaran yang menunjukkan total konsumsi rumah tangga masyarakat Indonesia memiliki tren yang selalu meningkat. Pada kuartal II 2016 terjadi peningkatan konsumsi sebesar 5,04% dibandingkan dengan kuartal II 2015. Hal yang sama juga terjadi pada kuartal II 2015 yang mengalami peningkatan sebesar 4,97 % bila dibandingkan dengan kuartal II 2014. Data terakhir menunjukkan bahwa pada kuartal II 2016 pengeluaran untuk konsumsi rumah tangga mencapai 1,704,8 triliun rupiah. Kepala BPS Suryamin, menuturkan bahwa kenaikan pengeluaran konsumsi rumah tangga tersebut dikarenakan meningkatnya industri akomodasi, rumah makan yang merupakan bagian dari yang dikonsumsi rumah tangga. Hal tersebut sejalan dengan gejala budaya konsumen yang sedang melanda masyarakat Indonesia (kompas.com).

Indeks Implisit PDRB pengeluaran konsumsi rumah tangga untuk provinsi Jawa Tengah pun terus mengalami peningkatan. Mulai dari triwulan 4 2014 indeks implisit menunjukkan angka 121,76. Pada triwulan 4 selanjutnya yaitu tahun 2015 indeks menunjukkan angka 126,38 dan pada triwulan 4 tahun 2016 indeks terus mengalami peningkatan hingga mencapai angka 129,58 (bps.go.id). Selain itu, survey nasional literasi keuangan yang dilakukan oleh OJK

pada tahun 2013 juga menunjukkan peningkatan pendapatan yang berakibat pada penurunan keinginan untuk menabung pada masyarakat selama periode 2003-2012. Sebaliknya dalam periode yang sama keinginan masyarakat untuk konsumsi (*Marginal Propensity to Consume*) cenderung meningkat (www.cnnindonesia.com).

Tingginya tingkat konsumsi di Indonesia mengakibatkan terjadinya penyimpangan dimana konsumen dimanfaatkan oleh para pelaku usaha sebagai objek aktivitas bisnis untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya (Aprilia, dkk 2015). Selain itu, para produsen juga berusaha untuk menciptakan budaya konsumtif dalam memasarkan produknya yang berakibat pada semakin mewabahnya gejala perilaku konsumtif dimasyarakat. Membanjirnya produk barang dan jasa yang dikeluarkan oleh para pelaku usaha membuat seseorang melakukan pembelian atau pemakaian barang dan jasa secara berlebihan yang mengarah pada tindakan konsumtif (Wulandari, dkk 2016).

Perkembangan budaya dan perilaku konsumtif di Indonesia ditandai dengan menjamurnya pusat perbelanjaan semacam *shopping mall*, industri mode, kawasan hunian mewah, kesukaan terhadap merek asing, makanan serba *instant (fast food)*, telepon seluler dan lain sebagainya (Imawati, dkk 2013). Kondisi tersebut akan menjadi lebih buruk ketika terjadi pada hampir semua lapisan masyarakat khususnya kaum remaja (Chrisnawati dan Abdullah, 2011). Dalam penelitiannya, Mulyono (2014) menyatakan bahwa sebagian besar konsumen *mall-mall* ialah remaja usia SMA dengan rata-rata frekuensi mereka mengunjungi *mall* yang terbanyak setiap bulannya 75 % laki-laki dan 60% adalah perempuan.

Kehadirannya telah melahirkan *trend* atau gaya hidup baru yang pada nantinya akan menimbulkan budaya konsumen (Sumartono, 2002:109).

Masa remaja merupakan masa transisi atau periode peralihan yang mengakibatkan status individu tidak jelas dan mengakibatkan keraguan pada peran yang dilakukan. Periode peralihan ini juga membawa remaja pada kebebasan untuk menentukan pilihan terhadap gaya hidup, nilai, dan sifat yang paling sesuai dengan dirinya (Hurlock, 2003 dalam Itryah, 2015). Sumartono (2002:11), Afiati dan Kurniawan (2014) mengatakan bahwa tindakan kurang rasional dan perilaku konsumtif begitu dominan dikalangan remaja. Hal tersebut dikarenakan secara psikologis, remaja masih berada dalam proses pembentukan jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar (Sumartono, 2002:11).

Senada dengan pendapat Sumartono (2002:11) dan Afiati dan Kurniawan (2014), Wulandari, dkk (2016) juga menyatakan bahwa masa remaja cenderung berkonsumsi secara berlebih atau berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif di lingkungan remaja merupakan fenomena yang marak terjadi karena masa remaja mempunyai sifat labil, spesifik dan mudah dipengaruhi. Remaja terus digoda oleh munculnya iklan atau promosi produk besar-besaran yang bertujuan untuk mengubah sikap dan perilakunya.

Masa remaja berlangsung antara umur 12 tahun sampai dengan 21 tahun bagi wanita dan 13 tahun sampai dengan 22 tahun bagi pria (Hurlock, 2003 dalam Itryah, 2015). Pada usia remaja, siswa sekolah menengah banyak memanfaatkan waktu untuk berkumpul dengan teman sebayanya, sehingga tidak jarang mereka juga mengikuti gaya hidup dan tren dari teman sebayanya (Wulandari, dkk 2016).

Wirawan (2015) menyatakan bahwa masa remaja masih belum mempunyai dasar atau prinsip yang kuat dalam berkonsumsi sehingga cenderung mengarahkan siswa untuk berperilaku konsumtif.

Reynald, dkk dalam Chrisnawati dan Abdullah (2011) menyatakan bahwa remaja usia sekolah menengah (16-18 tahun) sering membelanjakan uangnya untuk membeli keperluan penunjang penampilan diri, karena remaja ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha mengikuti tren yang ada di lingkungan tersebut. Sementara itu, Kanuk dan Schiffman dalam Chrisnawati dan Abdullah (2011) menunjukkan bahwa remaja pada usia 16- 21 tahun tergolong konsumen yang konsumtif, karena dalam membeli produk hanya ditujukan untuk prestise dan harga diri. Dalam perkembangannya, remaja seharusnya mampu berpikir secara operasional, yakni mampu mempertimbangkan apa saja peluang yang ada padanya daripada sekedar melihat apa adanya (Ali dan Asrori, 2009:10).

Pendidikan dalam hal ini memegang peranan yang penting dalam membantu kaum remaja usia sekolah agar terhindar dari budaya konsumerisme atau budaya konsumtif. Sekolah Menengah Atas (SMA) merupakan salah satu tempat pendidikan untuk dapat mengembangkan kemampuan yang dimiliki individu, baik dalam segi kognitif, afektif, maupun psikomotorik melalui proses pembelajaran yang dilakukan di sekolah melalui mata pelajaran ekonomi (Wirawan, 2015). Sesuai dengan tujuan pendidikan nasional, pembentukan sikap seseorang dianggap penting karena melalui pembentukan sikap seseorang diharapkan menjadi dasar persetujuan untuk menentukan setiap gerak tingkah dan pendapat seseorang (Surjanti dan Maslachah, 2013).

Pendidikan berkaitan erat dengan proses pembelajaran dimana belajar dipandang sebagai upaya sadar seorang individu untuk memperoleh perubahan perilaku secara keseluruhan, baik aspek kognitif, afektif, dan psikomotorik (Surjanti dan Maslachah, 2013). Pembelajaran ekonomi dalam kaitannya dengan pendidikan memberikan pengetahuan mengenai bagaimana tindakan ekonomi yang rasional dan irasional, bagaimana mengelola keuangan serta tata cara penyusunan skala prioritas, sehingga idealnya hasil dari pembelajaran tersebut dapat diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Siswa yang memiliki pengalaman belajar ekonomi yang optimal seharusnya mampu bersikap dan berperilaku konsumsi yang bijak dan rasional, sehingga dapat terhindar dari perilaku konsumtif (Wirawan, 2015).

Pembelajaran ekonomi idealnya selain menambah pengetahuan bagi siswa juga harus mampu mengubah sikap siswa dalam berkonsumsi. Pembelajaran atau pendidikan mengenai ekonomi yang dipelajari di sekolah seharusnya berkaitan dengan aspek yang paling mendasar dalam kehidupan remaja sehari-hari sehingga siswa dapat mengubah sikapnya dalam berkonsumsi. Harapannya setelah mendapatkan pembelajaran atau materi ekonomi siswa mampu bersikap ekonomis dan mampu mengubah tindakannya dari yang tidak rasional menjadi rasional. Kecakapan siswa SMA melalui mata pelajaran ekonomi sangat berperan penting dalam membentuk sikap rasional, terutama pada pengambilan keputusan. Namun secara empiris, kecakapan siswa SMA dalam menerapkan ilmu ekonomi dalam kehidupan sehari-hari atau dalam berperilaku konsumsi masih sangat jauh dari

harapan (Septiana, 2015). Hal ini dibuktikan dengan masih banyaknya perilaku siswa SMA dalam berperilaku konsumsi yang tidak rasional.

Perilaku konsumsi yang tidak rasional ini didukung dengan berbagai penelitian mengenai kecenderungan perilaku konsumsi irasional atau konsumtif yang dilakukan oleh remaja usia sekolah menengah. Imawati (2013) telah melakukan penelitian mengenai perilaku konsumtif siswa di SMA N 1 Surakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumsi siswa masih berada pada kategori tinggi. Sementara itu, penelitian yang telah dilakukan oleh Purwati (2011) yang menunjukkan bahwa sebagian besar siswa SMA se kota Malang memiliki perilaku konsumsi yang kurang rasional.

Penelitian lain juga dilakukan oleh Nurfarika (2015) di SMA N 7 Semarang. Hasil dari penelitiannya menunjukkan adanya kecenderungan perilaku konsumtif yang berada dalam kategori tinggi yaitu sebesar 46,7%. Diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari, dkk (2016) yang juga menemukan bahwa perilaku konsumsi siswa berada pada kategori tinggi yaitu sebesar 67%. Dalam penelitian tersebut dijelaskan pula sebagian besar siswa cenderung berperilaku konsumsi tinggi, 50-70% uang saku digunakan untuk konsumsi dan sisanya ditabung. Data hasil temuan tersebut membuktikan bahwa perilaku konsumtif dikalangan remaja usia sekolah masih tinggi meskipun mereka telah mendapatkan berbagai pengetahuan mengenai materi ekonomi di sekolah.

Fenomena tersebut juga dapat ditemukan di wilayah Magelang tepatnya di SMA Negeri 1 Magelang yang berada di kawasan kota Magelang. Pola konsumsi siswa di SMA Negeri 1 Magelang diduga sama atau setipe dengan pola konsumsi siswa SMA pada penelitian terdahulu yang telah diuraikan sebelumnya. Persamaan tersebut dapat dilihat dari letak sekolah yang berada di wilayah perkotaan dengan kemudahan akses hiburan, tempat perbelanjaan, *cafe* dan teknologi informasi komunikasi. Selain itu, juga dapat dilihat dari karakteristik siswa yang berasal dari kelas sosial menengah atas dan memiliki gaya hidup yang cenderung tinggi yang ditunjukkan dengan kepemilikan *gadget* lebih dari satu.

Penelitian ini mengkaji perilaku konsumtif siswa sekolah menengah atas (SMA) yang masuk dalam periode remaja. Pertimbangan yang diambil peneliti dalam penelitian ini ialah pemilihan siswa dengan program ilmu sosial sebagai subyek penelitian yang telah mendapatkan materi ekonomi dengan porsi yang lebih banyak jika dibandingkan dengan program lainnya. Masalah yang terjadi di SMA Negeri 1 Magelang ditemukan melalui observasi awal dan penyebaran angket yang dilakukan kepada 28 siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Magelang pada Senin, tanggal 20 Februari 2017. Hasil angket data awal penelitian ini menunjukkan adanya kecenderungan perilaku konsumtif yang dilakukan oleh beberapa siswa. Kondisi tersebut dijelaskan pada tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1
Rata-rata Distribusi Uang Saku per Bulan Siswa kelas XI IIS di SMA Negeri
1 Magelang

No	Distribusi Uang Saku	Jumlah	Defisit	Impas	Surplus
1	Jajan	Rp 202.391	17 siswa (60.71%)	4 siswa (14.29%)	7 siswa (25%)
2	Transportasi	Rp 143.739			
3	Hiburan	Rp 91.348			
4	Pulsa	Rp 105.174			
5	Lain-lain	Rp 19.348			
Total Kegunaan Uang Saku Per Bulan		Rp 562.000			

Sumber : data observasi yang diolah, 2017 pada lampiran 1 hal. 163

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa distribusi atau alokasi uang saku tersebut dibagi menjadi 5 kategori, yaitu kategori jajan, transportasi, hiburan, pulsa, dan kebutuhan lain-lain. Pengeluaran siswa tertinggi terdapat pada kategori jajan sebesar Rp202.391. Hal ini sangat wajar mengingat anak sekolah yang mempunyai kebiasaan jajan yang tinggi baik di lingkungan sekolah maupun diluar sekolah meskipun beberapa dari mereka telah membawa bekal dari rumah. Kebiasaan jajan yang tinggi dapat mengarahkan siswa berperilaku konsumtif atau boros.

Pengeluaran tertinggi kedua ialah pada kategori transportasi yaitu sebesar Rp143.739. Pengeluaran untuk kategori transportasi tinggi dikarenakan hampir seluruh siswa menggunakan kendaraan pribadi dan transportasi umum untuk pergi ke sekolah. Penggunaan transportasi dikatakan mengarah berperilaku konsumtif ketika transportasi digunakan untuk hal-hal yang kurang bermanfaat seperti nongkrong di *cafe*, jalan-jalan dan untuk sarana hiburan lainnya. Namun jika transportasi tersebut hanya digunakan untuk pergi ke sekolah maka belum dapat dikatakan mengarah berperilaku konsumtif.

Pengeluaran tertinggi ketiga yaitu pada kategori pulsa sebesar Rp105.174. Kebutuhan pulsa memang menjadi kebutuhan pokok siswa saat ini untuk menunjang kehidupan pergaulan sehingga tidak mengherankan ketika alokasi untuk pulsa berada di urutan tertinggi ketiga setelah jajan dan transportasi. Penggunaan pulsa yang mengarah ke perilaku konsumtif ialah ketika siswa menggunakan pulsa tersebut untuk hal-hal yang sebenarnya tidak dibutuhkan seperti bermain *game*, *streaming youtube* maupun untuk akses hiburan lainnya. Berdasarkan hasil observasi, rata-rata siswa kelas XI IIS SMA N 1 Magelang menggunakan *gadget* yang dimilikinya untuk bermain *game* dan mengakses *online shop*.

Selanjutnya urutan keempat ialah kategori hiburan sebesar Rp 91.348. Berdasarkan data observasi awal yang telah dilakukan, rata-rata siswa memenuhi kebutuhan hiburan 4-6 kali dalam satu bulan. Pemenuhan kebutuhan dalam jumlah yang demikian bagi siswa merupakan hal yang tidak wajar dan akan mengarahkan mereka untuk berperilaku konsumtif. Pengeluaran tingkat terakhir yaitu kebutuhan lain-lain sebesar Rp19.348. Kebutuhan lain-lain sangat sedikit mengingat kebutuhan tersebut tidak menjadi rutinitas bagi para siswa atau dipenuhi ketika waktu-waktu tertentu saja seperti untuk keperluan mendadak dan pembelian peralatan sekolah.

Tabel 1.1 juga menunjukkan bahwa siswa yang mengalami defisit lebih banyak bila dibandingkan dengan surplus maupun impasnya dalam distribusi uang saku per bulannya. Hasil rata-rata yang diperoleh 17 siswa menunjukkan defisit sebesar 60,71 %, 4 siswa menunjukkan impas sebesar 14,29% dan 7 siswa menunjukkan surplus sebesar 25%. Kemungkinan penyebab defisitnya uang saku siswa dapat dilihat dari tingginya jumlah pengeluaran untuk jajan, transportasi dan pulsa.

Perilaku konsumtif sangat erat hubungannya dengan teori ekonomi dan teori *behaviorisme* melalui pendekatan humanis yang memandang manusia pada dasarnya bersifat rasional, selalu menghitung dan mengadakan pilihan yang dapat memberikan kesenangan dan kepuasan pribadi (Johnshon, 1998:55). Simamora (2004:3-11) juga menjelaskan bahwa seorang konsumen akan selalu berusaha untuk memaksimalkan kepuasannya selama keadaan finansialnya mencukupi dan akan selalu bertindak rasional. Selain rasionalitas konsumen, dalam teori ekonomi juga dibahas konsep utilitas yang menyatakan bahwa dalam mengonsumsi barang atau jasa konsumen mempertimbangkan manfaat. Dengan demikian, konsumen harus melakukan efisiensi dalam pemanfaatan biaya ketika akan membelanjakan dananya untuk mendapatkan kepuasan maksimal.

Mengacu pada teori ekonomi dan teori perilaku diatas, remaja khususnya siswa SMA seharusnya sudah mampu mengelola konsumsinya dengan baik, akan tetapi pada kenyataannya perilaku konsumsi siswa berdasarkan hasil observasi awal masih cenderung tinggi. Maka dari itu perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai perilaku konsumtif khususnya di SMA Negeri 1 Magelang agar dapat diketahui penyebab perilaku konsumsi yang demikian. Terdapat banyak faktor

yang diduga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, oleh karena itu peneliti ingin membuktikan apakah faktor-faktor tersebut benar-benar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif di SMA Negeri 1 Magelang.

Penelitian mengenai faktor-faktor penyebab perilaku konsumtif pada remaja khususnya siswa sekolah menengah telah dilakukan. Sholikin (2014) dalam penelitiannya menemukan beberapa faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif pada remaja antara lain kelompok acuan, keluarga, peran dan status sosial, usia, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian, konsep diri, motivasi, pembelajaran, kepercayaan, sikap. Sedangkan Chrisnawati dan Abdullah (2011) dalam penelitiannya berhasil menemukan faktor yang menyebabkan tingginya perilaku konsumtif remaja yang terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal remaja yaitu faktor, sikap, pengalaman, gaya hidup, motivasi, kepribadian. Sedangkan faktor eksternal yaitu keluarga, kelas sosial, kebudayaan, dan kelompok acuan.

Kotler dan Armstrong (2001:196) menyatakan bahwa pembelian konsumen secara kuat dipengaruhi oleh karakteristik budaya, sosial, dan psikologis. Faktor budaya terdiri atas budaya, sub budaya, dan kelas sosial. Faktor sosial terdiri atas kelompok acuan, keluarga, aturan, status sosial konsumen. Faktor pribadi terdiri atas umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. Faktor psikologi terdiri atas motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan, dan sikap. Sumarwan (2011:10) juga berpendapat bahwa proses keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor perbedaan individu dan lingkungan konsumen. Faktor perbedaan individu

terdiri atas motivasi, kepribadian, konsep diri, pengolahan informasi dan persepsi, proses belajar, pengetahuan, sikap dan agama. Faktor lingkungan konsumen terdiri atas budaya, karakteristik demografi, sosial dan ekonomi, keluarga, kelompok acuan, lingkungan dan situasi konsumen dan teknologi.

Faktor-faktor yang telah diuraikan diatas menjadi dasar bagi peneliti dalam memberikan dugaan terkait penyebab perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 1 Magelang. Sebelum melakukan dugaan, terlebih dahulu peneliti melakukan observasi awal guna memperoleh data mengenai penyebab perilaku konsumtif di SMA Negeri 1 Magelang. Berdasarkan hasil observasi awal tersebut diperoleh beberapa faktor diantaranya status sosial ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya, konsep diri, dan pembelajaran ekonomi untuk memperediksi penyebab perilaku konsumtif siswa.

Pola konsumsi siswa seringkali dipengaruhi oleh lingkungannya baik lingkungan eksternal maupun lingkungan internalnya. Selain lingkungan, internal dari diri siswa tersebut juga turut mempengaruhi pola konsumsi siswa. Wasesa (2016) menyatakan bahwa tingkat konsumsi seseorang dipengaruhi oleh proses yang terjadi di dalam kehidupan anggota keluarganya, misalnya pendidikan, status sosial ekonomi, peran, dan pola asuh orang tua sehingga keluarga menjadi faktor terpenting dalam pembentukan perilaku dan pola konsumsi siswa. Purwati (2011) berpendapat bahwa faktor keluarga yang memiliki peranan penting dalam perkembangan seseorang dalam aspek ekonomi khususnya perilaku konsumsi ialah status sosial ekonomi orang tua. Gerungan (2004:196) menegaskan bahwa keadaan sosial ekonomi mempunyai peranan terhadap perkembangan anak-anak,

bahwa dengan adanya perekonomian yang cukup, lingkungan material yang dihadapi anak dalam keluarganya lebih luas maka mereka akan mendapatkan kesempatan lebih luas untuk mengembangkan bermacam-macam kecakapan.

Penelitian mengenai pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif telah banyak dilakukan. Kusniawati dan Kurniawan (2016) dalam penelitiannya menemukan bahwa status sosial ekonomi atau latar belakang sosial ekonomi orang tua mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian lain yang dilakukan oleh Aprilia, dkk (2015) yang menunjukkan bahwa status sosial ekonomi orang tua mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Negeri Malang.

Sipunga dan Muhammad (2014) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa penghasilan orang tua yang tinggi mempunyai peluang yang besar untuk berperilaku konsumtif. Berbeda dengan beberapa pendapat diatas, Prasetyo (2013) dalam Kusniati dan kurniawan (2016) menyatakan bahwa tidak ada pengaruh langsung status sosial ekonomi orang tua terhadap konsumsi siswa. Beberapa penelitian yang telah dilakukan tersebut mengindikasikan adanya perbedaan hasil penelitian yang menjadi daya tarik peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa.

Selain status sosial ekonomi orang tua, perilaku konsumtif siswa juga dipengaruhi oleh kelompok teman sebaya. Kelompok teman sebaya memberikan kontribusi dalam pengambilan keputusan remaja terkait dengan perilaku pembelian atau konsumsi siswa. Menurut Setiadi (2003:230), anak-anak usia belasan tahun sering melakukan pembelian terhadap suatu produk karena teman sekolahnya telah membeli produk terlebih dahulu. Hal ini berarti bahwa *peergroup* atau teman sebaya lebih mempengaruhi sikap dan perilaku pembelian dari pada iklan. Wulandari,dkk (2016) juga menjelaskan bahwa pada usia remaja, waktu mereka banyak digunakan di sekolah dan berkumpul dengan teman sebayanya sehingga tak jarang mereka mengikuti gaya hidup dan *trend* dari teman sebayanya.

Banyak studi atau penelitian yang memperlihatkan bahwa kelompok teman sebaya mampu mempengaruhi perilaku konsumsi siswa. Murisal (2012) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kelompok teman sebaya berhasil mempengaruhi perilaku konsumtif remaja putri pada zaman era globalisasi seperti sekarang ini. Pratiwi (2017) dalam penelitiannya juga menemukan adanya pengaruh positif kelompok teman sebaya terhadap perilaku pembelian impulsif siswa. Penelitian lain mengenai pengaruh *peer group* terhadap perilaku konsumtif siswa dilakukan oleh Indrayani dan Luh (2016). Penelitian yang menemukan adanya pengaruh positif *peer group* terhadap perilaku konsumtif siswa.

Senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Indrayani dan Luh (2016), Chrisnawati dan Abdullah (2011) dalam penelitiannya menyatakan bahwa pengaruh kelompok referensi dibuktikan dengan adanya sebuah kelompok khusus yang didalamnya memiliki keakraban atau hubungan khusus dengan teman-temannya, sehingga remaja cenderung mengikuti sikap dan pola perilaku teman-teman sebayanya daripada orang lain. Diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari, dkk (2016) bahwa siswa cenderung terpengaruh dengan teman sebayanya ketika melakukan pengambilan keputusan pembelian. Semakin seorang siswa bergaul dengan kelompok sebayanya, maka mereka akan cenderung berperilaku konsumsi yang dilakukan oleh teman-temannya agar dianggap sama dan tidak berbeda. Adanya pengaruh positif dari lingkungan teman sebaya atau kelompok teman sebaya juga berhasil ditemukan oleh Junqi Shi (2012) yang menjelaskan bahwa kasih sayang memiliki kontribusi dalam memprediksi pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumsi. Menurutnya, kasih sayang remaja dapat meningkatkan pengaruh teman sebaya dalam perilaku konsumsinya.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi perilaku konsumtif ialah konsep diri. Konsep diri ialah persepsi atau perasaan seseorang terhadap dirinya yang akan direfleksikan dengan perilaku konsumsinya (Sumarwan, 2011:62). Konsep diri terbagi menjadi dua yaitu konsep diri positif dan konsep diri negatif (Calhoun dan Acoella dalam Wigianto, 2017). Dalam penelitian ini, akan dibahas mengenai konsep diri negatif yang dapat memicu terjadinya perilaku konsumtif pada siswa. Menurut Gumulya dan Widiastuti (2013), seseorang yang mempunyai konsep diri negatif selalu berusaha membuat dirinya terlihat lebih baik dipandangan orang

lain sehingga dapat memicu timbulnya perilaku konsumtif, sedangkan menurut Ghufron (2016) dalam Wigianto (2017), seseorang yang mempunyai konsep diri negatif mempunyai sikap hiperkritis dan cenderung merasa tidak disukai orang lain.

Beberapa penelitian mengenai pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif telah dilakukan. Ernawati dan Indriyati (2011) dalam penelitiannya menemukan bahwa ada hubungan negatif antara konsep diri dengan perilaku konsumtif. Artaningtyas (2015) dalam penelitiannya juga menemukan adanya hubungan negatif signifikan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif. Selain itu, pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif juga ditemukan oleh penelitian yang dilakukan oleh Balabanis (2012), yang menunjukkan adanya hubungan positif konsep diri internal terhadap perilaku pembelian mewah yang merupakan perilaku konsumtif.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Balabanis (2012), Wigianto (2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwa konsep diri berpengaruh secara signifikan positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi. Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, terdapat perbedaan hasil penelitian yang dilakukan oleh Gumulya dan Widiastuti (2013) yang menemukan bahwa tidak ada pengaruh antara konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Perbedaan tersebut tentunya memberikan daya tarik bagi penulis untuk meneliti pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif secara lebih lanjut.

Faktor terakhir yang mempengaruhi perilaku konsumtif ialah pembelajaran ekonomi. Pendidikan mempunyai peranan penting dalam meningkatkan pengetahuan yang didapat dari proses pembelajaran di sekolah melalui pembelajaran ekonomi yang mempunyai peranan penting dalam perilaku konsumsi siswa (Wulandari, dkk, 2016). Keterkaitan antara perilaku ekonomi yang ada dalam masyarakat merupakan hasil pendidikan ekonomi baik secara formal, in-formal maupun non-formal (Mulyono, 2014). Dalam pembelajaran ekonomi SMA, siswa diharapkan mampu memahami ekonomi dalam kaitannya dengan kebutuhan manusia dan bagaimana cara memenuhinya (Surjanti dan Maslachah, 2013).

Pemenuhan kebutuhan seseorang dengan berdasar skala prioritas akan dilakukan ketika mereka memiliki pengetahuan dan pemahaman yang cukup tentang ekonomi (Aprilia, dkk, 2015). Sholikin (2014) juga berpendapat bahwa ketika siswa memahami apa yang disampaikan dalam pembelajaran ekonomi, maka siswa tidak akan melakukan tindakan konsumsi yang berlebihan sehingga dapat dikatakan bahwa pembelajaran ekonomi memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif siswa. Hasil dari pembelajaran ekonomi tersebut berupa meningkatnya literasi atau pengetahuan ekonomi siswa.

Penelitian atau studi mengenai pembelajaran ekonomi yang mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang telah banyak dilakukan. Purwati (2011) telah melakukan penelitian mengenai pengaruh pembelajaran ekonomi dan hasil belajarnya terhadap perilaku konsumsi, hasil penelitiannya menyatakan bahwa pembelajaran dan prestasi belajar ekonomi sangat memberikan kontribusi

besarnya pengaruh sosial ekonomi orang tua dan persepsi siswa atas lingkungannya terhadap perilaku konsumsi siswa. Dengan demikian pembelajaran ekonomi dapat dikatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi siswa. Sementara itu, Erni (2013) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa terdapat pengaruh antara pembelajaran ekonomi terhadap perilaku konsumsi siswa.

Senada dengan beberapa penelitian yang telah disebutkan sebelumnya, Indrianawati dan Soesatyo (2015) dalam penelitiannya mengerucutkan pembelajaran ekonomi melalui variabel pengetahuan ekonomi yang memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa. Selain itu, Kanserina (2015) juga melakukan penelitian dengan mengerucutkan pembelajaran ekonomi sebagai literasi ekonomi yang memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif siswa.

Berbeda dengan beberapa penelitian yang telah dijelaskan diatas, Devi (2013) menyebutkan bahwa terdapat pengaruh negatif signifikan antara pembelajaran ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Katolik Diponegoro Blitar. Mulyono (2014) juga menyatakan bahwa pembelajaran sebenarnya memiliki peran dalam mempengaruhi perilaku konsumen dalam berkonsumsi, namun pengaruhnya sangat lemah

Sementara itu, Furaji, *et.al* (2012) dalam penelitiannya menemukan bahwa faktor budaya dalam hal ini pendidikan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif dalam pembelian perlengkapan elektronik. Selain itu perbedaan juga ditemukan dari penelitian yang dilakukan oleh Nokadianti (2013)

yang menyebutkan bahwa tidak ada pengaruh antara pembelajaran ekonomi terhadap perilaku konsumsinya. Dalam penelitiannya, Nokadianti (2013) mengerucutkan pembelajaran ekonomi sebagai pengetahuan dasar ekonomi. Perbedaan hasil temuan tersebut menarik penulis untuk meneliti variabel pembelajaran ekonomi dalam pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif siswa.

Fenomena dan kondisi-kondisi yang telah diuraikan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif sebagai variabel dependen masih tinggi. Secara logis dapat dikatakan apabila status sosial ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya dan konsep diri tinggi maka perilaku konsumtif siswa juga tinggi. Sebaliknya apabila pembelajaran ekonomi baik maka perilaku konsumtif siswa akan rendah. Namun dari teori para ahli dan observasi awal belum cukup untuk menguatkan bahwa status sosial ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya, konsep diri dan pembelajaran ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, sehingga perlu diadakan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan demikian, pengaruh tersebut terbukti bukan hanya sekedar logis tetapi juga didasarkan pada hasil penelitian.

Berdasarkan permasalahan tersebut diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya, Konsep Diri, dan Pembelajaran Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Magelang

Tahun Ajaran 2016/2017

1.2. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah disusun berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas yakni mengenai prediksi perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif yang dilakukan oleh siswa dipengaruhi oleh beberapa faktor, sebagai berikut :

- 1) Adanya perluasan pasar bagi negara produsen sebagai dampak globalisasi
- 2) Semakin mudarnya kebudayaan lokal
- 3) Pembelian yang mengikuti keinginan bukan kebutuhan
- 4) Membanjirnya produk barang dan jasa yang dikeluarkan pelaku usaha
- 5) Menjamurnya pusat perbelanjaan mewah dan kesukaan terhadap merek asing
- 6) Adanya kebebasan remaja untuk menentukan pilihan terhadap gaya hidup, nilai dan sifat
- 7) Kondisi remaja yang masih berada dalam proses pembentukan jati diri
- 8) Adanya keinginan remaja untuk diakui eksistensinya oleh lingkungan
- 9) Adanya keinginan untuk selalu berusaha mengikuti tren yang ada di lingkungan
- 10) Pembelian produk yang ditujukan untuk prestise dan harga diri
- 11) Kurangnya kecakapan siswa SMA dalam menerapkan materi ekonomi di sekolah
- 12) Karakteristik siswa yang berasal dari ekonomi menengah keatas
- 13) Gaya hidup siswa yang cenderung tinggi
- 14) Pengelolaan keuangan siswa yang buruk
- 15) Pembelian produk yang mengikuti teman sebayanya
- 16) Keinginan untuk mengikuti gaya hidup dan tren teman sebayanya

- 17) Keinginan siswa untuk terlihat baik dipandangan teman-temannya
- 18) Adanya usaha pembelian barang yang sama dengan lingkungan
- 19) Keinginan untuk dianggap sama dan tidak berbeda dengan orang lain

1.3. Cakupan Masalah

Berdasarkan uraian berbagai masalah yang telah peneliti paparkan dalam latar belakang diatas, maka peneliti memberikan cakupan atau batasan masalah-masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- 1) Penelitian ini hanya akan dilaksanakan di SMA Negeri 1 Magelang kelas XI IIS Tahun Ajaran 2016/2017
- 2) Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2017
- 3) Peneliti juga membatasi variabel-variabel yang akan diteliti yang diduga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, yaitu Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya, Konsep Diri, dan Pembelajaran Ekonomi

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi dan cakupan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

- 1) Apakah ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara faktor Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya, Konsep Diri, dan Pembelajaran Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif siswa kelas XI IIS SMA Negeri 1 Magelang ?
- 2) Apakah ada pengaruh positif dan signifikan antara faktor Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif siswa kelas XI IIS SMA Negeri 1 Magelang ?

- 3) Apakah ada pengaruh positif dan signifikan antara faktor Kelompok Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif siswa kelas XI IIS SMA Negeri 1 Magelang ?
- 4) Apakah ada pengaruh positif dan signifikan antara faktor Konsep Diri terhadap Perilaku Konsumtif siswa kelas XI IIS SMA Negeri 1 Magelang ?
- 5) Apakah ada pengaruh positif dan signifikan antara faktor Pembelajaran Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif siswa kelas XI IIS SMA Negeri 1 Magelang ?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan yang hendak dicapai antara lain :

- 1) Untuk menganalisis pengaruh secara simultan antara faktor Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya, Konsep Diri, dan Pembelajaran Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif siswa kelas XI IIS SMA Negeri 1 Magelang
- 2) Untuk menganalisis pengaruh antara faktor Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif siswa kelas XI IIS SMA Negeri 1 Magelang
- 3) Untuk menganalisis pengaruh antara faktor Kelompok Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif siswa kelas XI IIS SMA Negeri 1 Magelang
- 4) Untuk menganalisis pengaruh antara faktor Konsep Diri terhadap Perilaku Konsumtif siswa kelas XI IIS SMA Negeri 1 Magelang
- 5) Untuk menganalisis pengaruh antara faktor Pembelajaran Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif siswa kelas XI IIS SMA Negeri 1 Magelang

1.6. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi berbagai pihak, diantaranya :

1. Kegunaan teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan referensi pada perkembangan teori dan ilmu pengetahuan mengenai perilaku konsumtif yaitu teori ekonomi, *behaviorisme theory* dan *social comparison theory* yang diterapkan dalam kegiatan pembelajaran ekonomi di sekolah.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi sekolah, hasil penelitian dapat dijadikan informasi tambahan dalam kegiatan pembelajaran mengenai tindakan ekonomi rasional atau perilaku konsumsi yang rasional dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya
- b. Bagi orang tua siswa dan masyarakat, hasil penelitian ini dapat membantu meningkatkan kesadaran orang tua siswa atau masyarakat dalam mengontrol atau memonitoring pola konsumsi yang dilakukan oleh anaknya untuk menekan perilaku konsumtif
- c. Bagi Peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan dan bahan pertimbangan untuk mengembangkan penelitian sejenis dimasa yang akan datang

2.7. Orisinalitas Penelitian

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Purwati (2011) dimana variabel X yang digunakan dalam penelitiannya yaitu status sosial ekonomi orang tua, persepsi atas lingkungan dan prestasi belajar ekonomi sedangkan penelitian ini menggunakan variabel status sosial ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya, konsep diri dan pembelajaran ekonomi. Berbeda dengan penelitian Wulandari, Wahyono dan Haryono (2016) dimana variabel X yang digunakan dalam penelitiannya perhatian orang tua, respon pada iklan, intensitas pergaulan teman sebaya, pemahaman siswa pada mata pelajaran ekonomi sedangkan penelitian ini menggunakan status sosial ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya, konsep diri dan pembelajaran ekonomi.

Perbedaan lain juga ditemukan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suminar dan Meiyuntari (2015). Suminar dan Meiyuntari (2015) dalam penelitiannya menggunakan variabel konsep diri dan konformitas sedangkan penelitian ini menggunakan status sosial ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya, konsep diri dan pembelajaran ekonomi. Kebaruan dalam penelitian ini dibandingkan penelitian sebelumnya yaitu pada variabel-variabel yang disusun dalam model penelitian. Penelitian ini mencakup lima variabel konseptual yaitu perilaku konsumtif, status sosial ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya, konsep diri dan pembelajaran ekonomi. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, belum ada peneliti yang melakukan penelitian dengan kombinasi kelima variabel tersebut.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

2.1. Kajian Teori Utama (*Grand Theory*)

2.1.1. Teori Ekonomi

Simamora (2004:3) mengemukakan “ilmu ekonomi menyatakan bahwa manusia adalah makhluk ekonomi yang selalu berusaha memaksimalkan kepuasannya dan selalu bertindak rasional”. Sementara itu, Johnshon (1998:55) berpendapat bahwa teori ekonomi itu bersifat individualistik dan memandang manusia sebagai makhluk yang rasional dimana mereka akan selalu melakukan perhitungan dan pemilihan yang tepat untuk memperbesar keuntungan dan mengurangi biaya. Sedangkan Suryani (2008:10) menyatakan bahwa ilmu ekonomi dapat memberikan pemahaman mengenai respon perilaku dalam kaitannya terhadap kebijakan harga yang akan mengakibatkan perbedaan perilaku konsumsi sebagai akibat dari perbedaan tingkat ekonomi antar masyarakat.

Selain rasionalitas konsumen, dalam teori ekonomi juga dibahas konsep utilitas yang menyatakan bahwa dalam mengkonsumsi barang atau jasa konsumen mempertimbangkan manfaat. Selama utilitas marginal yang diperoleh dari pembelian produk lebih besar dari biaya yang dikorbankan, maka pembelian produk akan dilakukan. Dengan demikian, konsumen harus melakukan efisiensi dalam pemanfaatan biaya ketika akan membelanjakan dananya untuk mendapatkan kepuasan maksimal.

Ali dan Asrori (2009:98) mengemukakan “Masa remaja merupakan fase yang sangat potensial bagi tumbuh dan berkembangnya aspek fisik maupun psikis, baik secara kuantitatif maupun kualitatif”. Pada fase ini, remaja memiliki dorongan yang kuat untuk menemukan dan menunjukkan jati dirinya sehingga mereka mengarahkan perhatian kepada lingkungannya. Dalam mencari jati diri, remaja cenderung mengikuti tingkah laku orang-orang di sekitarnya. Tidak jarang mereka selalu berusaha untuk mengikuti perkembangan *trend* masa kini agar dirinya dapat diterima oleh lingkungannya. Perilaku yang selalu mengikuti *trend* tersebut menyebabkan remaja khususnya para siswa melakukan tindakan yang kurang rasional dalam memenuhi kebutuhannya. Pembelajaran mengenai sikap dan perilaku dalam pembelajaran ekonomi sangat diperlukan agar siswa mampu bertindak secara rasional agar sejalan dengan teori ekonomi.

Teori ekonomi relevan untuk menjelaskan faktor-faktor penyebab perilaku konsumtif seperti pembelajaran ekonomi yang apabila ditelaah lebih dalam sangat berhubungan dengan teori ekonomi. Pembelajaran ekonomi di sekolah mengacu pada teori ekonomi sebagai dasar, hasil belajar yang diperoleh setelah mengikuti pembelajaran seharusnya sesuai dengan teori ekonomi yakni bertindak secara rasional dalam berkonsumsi sehingga terhindar dari perilaku konsumtif.

2.1.2. Behaviorisme Theory (Teori Perilaku)

Desmita (2009:54) menyatakan bahwa *behavior* (perilaku) merupakan suatu kegiatan yang dapat diamati dan dipelajari melalui pengamatan dan sebagai respon terhadap lingkungan. Perilaku atau aktivitas yang terjadi pada individu timbul sebagai akibat dari adanya rangsangan yang diarahkan kepada individu

tersebut (Walgito, 2004:11). *Behaviorisme Theory* (teori perilaku) menganggap bahwa semua tindakan, pikiran, atau perasaan yang dilakukan oleh semua individu dianggap sebagai perilaku yang dapat digambarkan tanpa harus melihat peristiwa fisiologis internal (Nurfarika, 2015).

Walgito (2004:75-80) mengemukakan pendekatan dalam memahami perilaku individu sebagai berikut :

“(a) Pendekatan psikoanalisis, merupakan pendekatan dalam memahami suatu perilaku yang memandang unsur kesadaran (*the concious*) dan ketidaksadaran (*the unconcious*) dalam berperilaku. Dalam pendekatan ini, ketidaksadaran (*the unconcious*) lebih berperan dalam pembentukan suatu perilaku bila dibandingkan dengan kesadaran (*the concious*). (b) Pendekatan *behavioral*, merupakan suatu pendekatan dalam memahami suatu perilaku yang menekankan pada suatu kondisi stimulus respon. Sikap dan perilaku yang dihasilkan dalam pendekatan ini diartikan sebagai hasil belajar dan pengalaman belajar seseorang. (c) Pendekatan humanisme, merupakan suatu pendekatan yang memandang manusia sebagai individu yang rasional, baik, dapat dipercaya, sehat, mandiri dan otonom. Pendekatan ini juga menekankan pada nilai-nilai, pilihan-pilihan, dan kekuatan dari dalam diri manusia untuk menentukan perilakunya.”

Behaviorisme Theory mencakup *behavioral Learning Theory* atau teori belajar perilaku. Solomon (2009) menyatakan bahwa pembelajaran merupakan hasil dari tanggapan terhadap peristiwa eksternal. Mowen dan Minor dalam Sumarwan (2011:120) mengemukakan “proses belajar perilaku adalah sebuah proses dimana pengalaman dengan lingkungan akan menyebabkan perubahan perilaku yang relatif permanen”. Merujuk pada pernyataan tersebut, *behavioral learning* menganggap bahwa semua kegiatan yang tampak yang dilakukan oleh individu sebagai konsumen dianggap sebagai perilaku.

Solomon (2009) menyatakan bahwa sudut pandang psikolog dalam teori ini tidak hanya berfokus pada pemikiran internal saja, akan tetapi juga menekankan aspek perilaku yang terdiri dari rangsangan atau peristiwa yang dirasakan dari reaksi terhadap rangsangan. Menurut teori ini yang terpenting adalah masukan atau *input* yang berupa stimulus dan keluaran atau *output* yang berupa respons. Sedangkan apa yang terjadi antara stimulus dan respons dianggap tidak penting untuk diperhatikan karena tidak bisa diamati.

Skinner (1958) dalam Rifa'i dan Anni (2012:90) mendefinisikan bahwa perilaku merupakan hasil dari proses belajar. Perilaku dalam belajar mempunyai arti yang luas, yang sifatnya bisa berwujud perilaku yang tidak tampak atau perilaku yang tampak. Teori *behavior* hanya menganalisa perilaku individu yang nampak, dapat diukur dan dilakukan. Sumarwan (2011:121) membagi proses belajar perilaku sebagai berikut :

1. *Classical Conditioning*, pendekatan ini berpendapat bahwa organisme termasuk manusia adalah bentuk yang pasif yang dapat dipertunjukkan sejumlah stimuli secara berulang-ulang.
2. *Instrumental conditioning* atau *Operant Conditioning* terjadi ketika konsumen belajar untuk menghubungkan antara stimulus dengan respon tertentu ketika ada dorongan untuk melakukan hal tersebut.
3. *Observational Learning*, merupakan proses belajar yang dilakukan konsumen ketika ia mengamati tindakan dan perilaku orang lain dan konsekuensi dari perilaku tersebut.

Behaviorisme Theory relevan untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif karena perilaku tersebut termasuk perilaku individu yang tampak dan dapat diukur. Ferrinadewi (2008:78) menyatakan bahwa faktor eksternal seperti faktor lingkungan, rangsangan, atau stimulus merupakan pengendali dari perilaku konsumen.

Behaviorisme Theory dalam penelitian ini mengimplikasikan bahwa perilaku membeli (respon) konsumen salah satunya terbentuk berdasarkan pengalaman (stimulus) yang ada di lingkungan. Penerapan teori dalam penelitian ini adalah apabila siswa selaku konsumen dapat berperilaku konsumtif karena ada faktor lingkungan yang mempengaruhinya seperti faktor keluarga (status sosial ekonomi orang tua), pengaruh kelompok teman sebaya, serta pembelajaran ekonomi yang telah ditempuh.

Faktor Keluarga memberikan stimulus atau rangsangan dalam bentuk kemampuan daya beli terhadap suatu barang dan jasa. Ketika seseorang memiliki daya beli yang tinggi maka ia akan cenderung untuk melakukan pembelian yang tinggi pula. Faktor Kelompok teman sebaya memberikan stimulus atau rangsangan dalam bentuk pengaruh dari salah satu anggota kelompok untuk menjadi sama dengan anggota kelompok lain. Sedangkan faktor pembelajaran ekonomi memberikan stimulus atau rangsangan terhadap perubahan perilaku siswa. Seorang siswa dikatakan berhasil dalam belajar ekonomi jika sudah mampu menerapkan ilmu ekonomi dalam kegiatan sehari-hari.

2.1.3. *Social Comparison Theory* (Teori Perbandingan Sosial)

Thostein Veblen dalam Sumarwan (2011:63) berpendapat bahwa *Social Comparison Theory* atau teori perbandingan sosial merupakan teori yang digunakan untuk menjelaskan alasan pengumpulan lebih banyak barang sebagai hasil dari perbandingan dengan orang lain bukan hanya untuk memenuhi kebutuhannya. *Social Comparison Theory* lebih menekankan bahwa konsep diri seseorang sangat bergantung bagaimana ia memandang dirinya dalam kaitannya dengan orang lain. Teori inilah yang dapat menjelaskan mengapa seseorang akan berusaha membeli atau menggunakan barang yang sama dengan lingkungan sekitarnya meskipun sebenarnya dia tidak membutuhkannya dan lebih mencoba untuk menyesuaikan dengan lingkungan sosial yang berdekatan dengannya.

Social Comparison Theory ini relevan untuk menjelaskan pengaruh dari konsep diri terhadap perilaku konsumtif karena dalam teori ini menjelaskan pemenuhan kebutuhan yang dilakukan sebagai hasil dari perbandingan dengan orang lain. Ketika seseorang yang memiliki konsep diri yang demikian dengan tingkat yang tinggi, maka ia akan selalu melakukan pembelian yang sama atau lebih banyak dari orang lain meskipun sebenarnya ia tidak membutuhkan. Tindakan tersebut dilakukan semata-mata hanya agar dapat diterima di lingkungan sosialnya dan sebagai usaha untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Jika tindakan tersebut berlangsung lama, maka akan menimbulkan perilaku konsumtif bagi seseorang.

2.2. Kajian Variabel Penelitian

2.2.1. Perilaku Konsumtif

2.2.1.1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif memiliki keterkaitan yang sangat erat dengan aktivitas konsumsi barang dan jasa secara berlebihan (Suminar dan Meiyuntari, 2015). Kata “Konsumtif” menurut Fatimah (2010) dalam Solikhin (2014) ialah “keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan dengan tujuan mencapai kepuasan maksimal.” Sedangkan Simamora (2004:2) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai proses pengambilan keputusan pembelian yang menyangkut semua tindakan dalam memperoleh, memakai, mengonsumsi, dan menghabiskan produk. Perilaku konsumen meliputi perilaku yang dapat diamati seperti jumlah yang dibelanjakan, kapan dan oleh siapa, dan bagaimana barang yang sudah dibeli dikonsumsi.

Perilaku konsumtif atau konsumerisme merupakan suatu tindakan dimana pembelian barang yang dilakukan oleh individu tidak didasarkan untuk pemenuhan kebutuhan melainkan hanya untuk memberikan kepuasan (Soedjatmiko, 2008:9). Sumartono (2002:117) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif merupakan salah satu bentuk dari pemakaian suatu barang yang belum tuntas, yang berarti bahwa seseorang menggunakan produk sejenis dengan merk berbeda meskipun produk yang lama belum habis. Kotler (1997) dalam Chrisnawati dan Abdullah (2011) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai tindakan mengonsumsi produk akibat munculnya perasaan ingin memiliki barang dan jasa meskipun sebenarnya mereka tidak membutuhkan barang tersebut.

Ernawati dan Indriyati (2011) berpendapat bahwa perilaku konsumtif merupakan pembelian suatu barang yang berlebihan yang didasarkan pada keinginan untuk mencari kepuasan, kesenangan fisik, atau hanya mencoba sesuatu yang baru bukan didasari oleh faktor kebutuhan. Sementara itu, Murisal (2012) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa “perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan membeli barang yang dilakukan secara berlebih-lebihan hanya untuk memenuhi atau memuaskan keinginan tanpa memikirkan kegunaan barang yang dibeli.” Sedangkan Solikhin (2014) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai kegiatan mengonsumsi barang dan jasa yang dilakukan secara berlebihan dalam upayanya mencapai kepuasan ekonomi tanpa memperhatikan kebutuhan.

Perilaku konsumtif muncul sebagai akibat dari kegiatan membeli dan mengonsumsi produk yang bukan hanya sekedar nilai fungsionalnya saja, namun juga karena nilai sosial dan emosionalnya. Hidayat dan Kurniawan (2016) mengemukakan bahwa pembelian yang mengarah pada perilaku konsumtif dilakukan atas dasar kemampuan produk dalam memuaskan emosi seperti kepercayaan diri. Dikria dan Mintarti (2016) juga menjelaskan bahwa munculnya perilaku konsumtif disebabkan karena adanya pembelian yang tidak didasarkan pada anggaran belanja dan skala prioritas sehingga dapat menimbulkan pembelian yang tidak terencana.

Berdasarkan beberapa pendapat mengenai perilaku konsumtif diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku konsumsi irasional yang dilakukan oleh seseorang yang didasarkan pada pemenuhan keinginan dan kepuasan semata tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan manfaatnya.

2.2.1.2. Faktor-Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan perilaku konsumsi irasional yang dilakukan oleh seseorang yang didasarkan pada pemenuhan keinginan dan kepuasan semata tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan manfaatnya. Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Setiadi (2003:11) mengemukakan bahwa Faktor kebudayaan (kebudayaan, sub-budaya dan kelas sosial), faktor sosial (kelompok referensi, keluarga, peran dan status), faktor pribadi (umur dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian serta konsep diri) dan faktor Psikologis (motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan, dan sikap) merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang

Kotler dan Armstrong (2001:196) menyatakan bahwa karakteristik budaya (budaya, sub budaya, dan kelas sosial), faktor sosial (kelompok acuan, keluarga, aturan, status sosial konsumen) , faktor pribadi (umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri), faktor psikologi terdiri atas motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan, dan sikap) merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pembelian konsumen secara kuat.

Sangaji dan Sopiah (2013:24) mengemukakan bahwa faktor psikologis, faktor situasional, dan faktor sosial merupakan tiga faktor utama yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Faktor Psikologis mencakup persepsi, motivasi, pembelajaran, sikap dan kepribadian. Faktor situasional mencakup keadaan sarana dan prasarana tempat belanja, waktu berbelanja,

penggunaan produk, dan kondisi saat pembelian. Faktor sosial mencakup undang-undang/peraturan, keluarga, kelompok referensi, kelas sosial, dan budaya.

Sumarwan (2011:10) juga berpendapat bahwa faktor perbedaan individu dan lingkungan konsumen merupakan faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Faktor perbedaan individu terdiri atas motivasi, kepribadian, konsep diri, pengolahan informasi dan persepsi, proses belajar, pengetahuan, sikap dan agama. Faktor lingkungan konsumen terdiri atas budaya, karakteristik demografi, sosial dan ekonomi, keluarga, kelompok acuan, lingkungan dan situasi konsumen dan teknologi. Sholikin (2014) dalam penelitiannya mengemukakan ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif, yaitu kelompok acuan, keluarga, peran dan status sosial, usia, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian, konsep diri, motivasi, pembelajaran, kepercayaan, sikap.

Berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti menggunakan empat faktor yaitu status sosial ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya, konsep diri, dan pembelajaran ekonomi. Pemilihan faktor-faktor diatas berdasarkan pada *behaviorisme theory* yang menyatakan bahwa perilaku manusia dapat diamati dan diukur melalui perilaku yang tampak dari luar. Selain itu, pemilihan faktor tersebut dirasa sesuai dengan kondisi dan latar belakang subyek penelitian yaitu siswa SMA. Hasil observasi awal yang telah dilakukan sebelumnya juga memberikan informasi yang mengarah pada faktor yang diduga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa di SMA Negeri 1 Magelang yaitu status sosial ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya, konsep diri dan pembelajaran ekonomi.

2.2.1.3. Alasan Perilaku Konsumtif Dominan di Kalangan Remaja

Realitas menunjukkan bahwa perilaku konsumtif sangat dominan dikalangan remaja. Sumartono (2002:119) mengemukakan alasan perilaku konsumtif lebih mudah menjangkiti kalangan remaja, antara lain :

“Secara Psikologis remaja masih berada dalam proses mencari jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar. Masa remaja merupakan masa penuh gejolak emosi dan ketidakseimbangan sehingga mereka mudah terpengaruh oleh lingkungan, Ciri-ciri remaja sangatlah memungkinkan atau kondusif memunculkan perilaku konsumtif, Remaja merupakan kelompok sasaran yang potensial untuk memasarkan produk-produk industri.”

2.2.1.4. Indikator Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan perilaku konsumsi irasional yang dilakukan oleh seseorang yang didasarkan pada pemenuhan keinginan dan kepuasan semata tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan manfaatnya. Sumartono (2002:119) mengemukakan bahwa secara operasional perilaku konsumtif dapat diukur melalui ; (1) Membeli Produk karena iming-iming hadiah; (2) Membeli produk karena kemasannya menarik; (3) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi; (4) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankannya; (5) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya); (6) Memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk; (7) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri; (8) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

Hidayati (2001) dalam Andin (2016) berpendapat bahwa perilaku konsumtif dapat diukur melalui; (1) Pembelian impulsif; (2) pemborosan; (3) mencari kesenangan; (4) mencari kepuasan. Sedangkan menurut Chrisnawati dan Abdullah (2011) cara pengukuran variabel perilaku konsumtif dapat dilakukan melalui; (1) Pembelian secara impulsif; (2) Pembelian secara tidak rasional; (3) Pemborosan. Suminar dan Meiyuntari (2015) dalam penelitiannya mengukur perilaku konsumtif dengan menggunakan skala perilaku berdasarkan aspek; (1) intensitas; (2) kebutuhan; (3) kepuasan; (4) *prestige*; (5) status sosial; (6) kekayaan; (7) keistimewaan.

Sementara itu, Sembiring (2008) dalam Nurfarika (2015) mengukur perilaku konsumtif melalui; (1) Tidak mempertimbangkan fungsi dan kegunaan ketika membeli barang; (2) Mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan; (3) Mendahulukan Kepentingan daripada kebutuhan; (4) Tidak ada skala prioritas. Pengukuran perilaku konsumtif siswa juga dapat diukur melalui; (1) Harga Produk; (2) pendapatan siswa; (2) Harga barang dan jasa lain; (3) selera dan preferensi siswa; (4) Ekspektasi siswa (Case dan Fair , 2007:133)

Berdasarkan cara pengukuran yang telah diuraikan diatas, pengukuran skala perilaku konsumtif dalam penelitian ini dilakukan melalui cara pengukuran yang dikemukakan oleh Sembiring (2008) dalam Nurfarika (2015) Adapun cara pengukuran (indikator) tersebut antara lain tidak mempertimbangkan fungsi dan kegunaan ketika membeli barang, mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan, mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, dan tidak ada skala prioritas

Peneliti menggunakan indikator yang dikemukakan oleh Sembiring (2008) dalam Nurfarika (2015) untuk mengukur perilaku konsumtif di SMA Negeri 1 Magelang dikarenakan keempat indikator tersebut memiliki kaitan yang erat dengan kondisi para siswa sekolah menengah yang rata-rata sudah mendapatkan materi ekonomi mengenai tindakan yang rasional dan irasional dalam kegiatan konsumsi.

2.2.2. Status Sosial Ekonomi Orang Tua

2.2.2.1. Pengertian Orang Tua/Keluarga

Keluarga merupakan suatu kesatuan sosial terkecil yang didalamnya terdiri atas suami istri dan anak yang didahului dengan adanya perkawinan (Ahmadi, 2007:224). Ketika anak lahir, suami dan istri inilah yang disebut sebagai orang tua atau bapak dan ibu yang nantinya akan bertanggung jawab dalam mengurus keluarga dan membesarkan anak-anak hingga menjadi dewasa. Keluarga merupakan unit satuan terkecil dan kelompok sosial pertama dalam kehidupan masyarakat, di dalam keluarga inilah manusia pertama kali mengenal norma-norma sosial, belajar menghargai dan menghormati orang lain, belajar bekerja sama dan belajar peduli pada orang lain.

Sumarwan (2011:292) menyatakan bahwa “keluarga merupakan lingkungan yang paling dekat yang memiliki fungsi utama untuk mengembangkan kualitas sumber daya manusia bagi semua anggotanya, terutama anak-anak, termasuk didalamnya adalah fungsi untuk menjadikan anak sebagai seorang konsumen.”

Suryani (2008:236) berpendapat bahwa keluarga merupakan unit kecil yang

digunakan sebagai pusat pengambilan keputusan apabila ditinjau dari perspektif lingkungan pengambilan keputusan. Yusuf (2009:38) mengemukakan bahwa :

“ Secara psikologis, keluarga berfungsi sebagai pemberi rasa aman bagi anak dan anggota keluarga lainnya, sumber pemenuhan kebutuhan baik fisik maupun psikis, sumber kasih sayang dan penerimaan, model pola perilaku yang tepat bagi anak untuk belajar menjadi anggota masyarakat yang baik, pemberi bimbingan bagi pengembangan perilaku sosial yang dianggap tepat.”

Keluarga memiliki peranan yang sangat penting dalam membentuk budaya dan perilaku seseorang sehingga keluarga merupakan faktor sosial yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Suryani (2008:238) menyatakan bahwa keluarga sangat berperan dalam proses pemenuhan kebutuhan ekonomi orang-orang di dalamnya. Dalam hal ini, keluarga yang dimaksud adalah keluarga inti yang terdiri dari Ayah, Ibu, dan anak, dimana kewajiban untuk menafkahi anggota keluarganya dilimpahkan kepada orang tua (Ayah dan Ibu). Dalam melaksanakan salah satu fungsinya yaitu sebagai sumber pemenuhan kebutuhan fisik atau ekonomi, orang tua dituntut untuk memiliki pekerjaan dan pendapatan yang nantinya akan berdampak pada terbentuknya status sosial dalam lingkungannya.

Latar belakang keluarga memberikan pengaruh yang sangat penting bagi setiap proses yang terjadi di dalam kehidupan anggota keluarganya, misalnya pendidikan orang tua, status sosial ekonomi, peran orang tua, pola asuh orang tua yang dapat berpengaruh langsung terhadap perilaku anaknya (Wasesa, 2016). Jadi dapat disimpulkan bahwa keluarga dalam penelitian ini adalah sebuah kelompok sosial terkecil dalam masyarakat yang pertama kali membentuk pengetahuan awal anak dalam berperilaku dan bermasyarakat.

2.2.2.2. Pengertian Status Sosial

Status merupakan posisi dan kedudukan individu dalam masyarakat jika dilihat dari aspek legal dan profesi seseorang (Suryani, 2008:263). Mayor Polak (1979) dalam Abdulsyani (2007:91) menyatakan bahwa status merupakan kedudukan sosial seseorang dalam kelompok masyarakat yang mempunyai dua aspek, yaitu aspek yang agak stabil dan aspek yang lebih dinamis.

Soekanto (2014:208) menyatakan bahwa :

“Status merupakan tempat atau posisi seseorang dalam suatu kelompok sosial sehubungan dengan kerangka masyarakat secara menyeluruh. Sedangkan kedudukan sosial (status sosial) merupakan tempat seseorang secara umum dalam masyarakatnya sehubungan dengan orang-orang lain, dalam arti lingkungan pergaulannya, prestisenya, dan hak-hak serta kewajibannya.”

Sementara itu, Abdulsyani (2007:92) menyatakan bahwa status sosial dapat diartikan sebagai kedudukan seseorang dan hubungannya dengan anggota lain dalam suatu kelompok yang diperbandingkan menurut nilai dan kuantitasnya sehingga terlihat ada perbedaan antara kedudukan yang rendah dan tinggi. Sedangkan Sumarwan (2011:265) berpendapat bahwa status sosial memiliki persamaan dengan kelas sosial dimana masyarakat dibagi kedalam kelas-kedalam kelas-kelas yang berbeda atau strata yang berbeda. Status sosial biasanya didasarkan pada berbagai unsur kepentingan manusia dalam kehidupan bermasyarakat, yaitu status pekerjaan, status dalam sistem kekerabatan, status jabatan, dan status agama yang dianut.

2.2.2.3. Status Sosial Ekonomi Orang Tua

Santrock (2007) dalam Afiati (2014) menyatakan bahwa status sosial ekonomi merupakan pengelompokkan orang-orang berdasarkan kesamaan karakteristik pekerjaan, pendidikan, dan ekonomi. Afiati dan Kurniawan (2014) menjelaskan bahwa status sosial ekonomi merupakan hasil dari perpaduan antara status sosial dengan keadaan ekonomi yang terdapat di dalam lingkungan masyarakat.

Bagia (2007) dalam Sihotang (2016) berpendapat bahwa status sosial ekonomi merupakan kedudukan atau posisi seseorang dalam kelompok masyarakat yang ditentukan oleh jenis aktivitas ekonomi, pendidikan, serta pendapatan yang ditinjau dari segi sosial ekonomi. Sedangkan menurut Wahyuni dalam penelitiannya menyatakan bahwa status sosial ekonomi ditentukan berdasarkan kriteria sosial ekonomi seperti tingkat pendidikan, jabatan, jenis pekerjaan, peran sosial dalam masyarakat, tingkat penghasilan, fasilitas khusus dan barang-barang berharga, serta gaya hidup yang tampak. Gerungan (2004:196) menyatakan bahwa :

“Keadaan sosial ekonomi mempunyai peranan terhadap perkembangan anak-anak, bahwa dengan adanya perekonomian yang cukup, lingkungan material yang dihadapi anak dalam keluarganya lebih luas maka mereka akan mendapatkan kesempatan lebih luas untuk mengembangkan bermacam-macam kecakapan yang tidak dapat dikembangkan apabila tidak ada alat-alatnya.”

Sangaji dan Sopiah (2013) menyatakan bahwa keadaan ekonomi yang dimiliki oleh seseorang memiliki pengaruh terhadap pemilihan produk atau jasa dimana semakin tinggi tingkat pendapatan akan mengakibatkan semakin tinggi pula konsumsi yang dilakukan dalam sebuah keluarga. Sebaliknya, orang-orang

yang mempunyai tingkat pendapatan yang rendah akan mengakibatkan rendahnya pola konsumsi yang dilakukan. Sedangkan Kotler (1999:116) menyatakan bahwa pilihan atas suatu produk seseorang sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi. Keadaan ekonomi seseorang meliputi pula pendapatan yang bisa dibelanjakan, tabungan dan harta, kekuatan meminjam, sikapnya terhadap pembelanjaan versus tabungan.

Berdasarkan pendapat mengenai status sosial ekonomi orang tua diatas dapat disimpulkan bahwa status sosial ekonomi orang tua merupakan suatu kondisi yang mencerminkan kedudukan sosial orang tua dan masyarakat serta kecukupan sumber dana atau pendapatan orang tua dalam memenuhi kebutuhan anak-anaknya terutama dalam kegiatan konsumsi.

2.2.2.4. Macam-macam Status Sosial

Status sosial orang tua mempunyai pengaruh terhadap perkembangan anak-anaknya. Ahmadi (2007:230) membagi status sosial didalam masyarakat Indonesia, antara lain :

“(1) Petani, mereka yang hidup dari pengusahaan sawah di desa yang suasana kehidupan dalam masyarakat ditandai oleh sifat kekeluargaan, (2) Pegawai, mereka yang menerima gaji dari pemerintah tiap bulan secara menentu dan kerjanya juga menentu, (3) Angkatan bersenjata, angkatan darat, angkatan laut, angkatan udara, dan angkatan kepolisian. Mereka menerima gaji dari pemerintah secara menentu, (4) Pedagang, mereka yang hidup dari keuntungan, yang diperoleh dari pekerjaan jual beli. Hasilnya tidak menentu kerjanya juga kurang menentu.”

Soekanto (2014:208) mengembangkan dua macam kedudukan, yaitu sebagai berikut :

“*Acribed Status*, yaitu kedudukan seseorang dalam masyarakat tanpa memperhatikan perbedaan-perbedaan rohaniah dan kemampuan. Kedudukan tersebut diperoleh karena kelahiran, misalnya kedudukan anak seorang bangsawan adalah bangsawan pula. Sedangkan *Achieved Status*, yaitu kedudukan yang dicapai seseorang dengan usaha-usaha yang disengaja. Kedudukan ini tidak diperoleh atas dasar kelahiran, akan tetapi bersifat terbuka bagi siapa saja bergantung dari kemampuan masing-masing dalam mengejar serta mencapai tujuan-tujuannya.”

Polak (1966) dalam Soekanto (2014:209) mengemukakan bahwa terdapat hubungan yang erat antara *Assigned status* dengan *achieved status*, dimana kedudukan tersebut diperoleh seseorang apabila seseorang tersebut telah berjasa dalam memperjuangkan sesuatu untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan masyarakat.

2.2.2.5. Indikator Status Sosial Ekonomi Orang Tua

Status sosial ekonomi orang tua merupakan suatu kondisi yang mencerminkan kedudukan sosial orang tua dan masyarakat serta kecukupan sumber dana atau pendapatan orang tua dalam memenuhi kebutuhan anak-anaknya terutama dalam kegiatan konsumsi. Abdulsyani (2007:90) mengemukakan bahwa faktor yang utama dalam penentuan kelas ekonomi ialah (1) jenis aktivitas ekonomi; (2) pendapatan; (3) tingkat pendidikan; (4) tipe rumah tinggal; (5) jabatan dalam organisasi. Sementara itu, Bornstein dan Bradley dalam Widodo (2015) mengemukakan bahwa status sosial ekonomi orang tua dapat diukur melalui (1) pekerjaan; (2) tingkat pendidikan akhir; (3) pendapatan (sumber daya ekonomi); (4) kekuasaan atau jabatan yang dimiliki (kedudukan)

Suryani (2008 : 268) menyatakan bahwa indikator yang digunakan untuk mengukur status sosial ekonomi orang tua (kelas sosial) ialah; (1) Pekerjaan; (2) Pendapatan; (3) Pendidikan; (4) Lokasi tempat tinggal; (5) banyaknya investasi yang dimiliki; (6) Kepemilikan. Sedangkan Salami (2004) mengembangkan *Socio Economic Status Scale* (SES) menjadi (1) pendidikan; (2) pekerjaan; (3) pendapatan; (4) jabatan sosial; (5) kepemilikan barang berharga.

Berdasarkan cara pengukuran yang telah diuraikan diatas, pengukuran variabel status sosial ekonomi orang tua dalam penelitian ini menggunakan pengembangan *Socio Economic Status Scale* (SES) dari Salami (2004). Adapun pengukuran tersebut antara lain pendidikan, pekerjaan, pendapatan, jabatan sosial, dan kepemilikan barang berharga. Peneliti menggunakan indikator yang dikemukakan oleh Salami (2004) untuk mengukur status sosial ekonomi orang tua dalam penelitian ini dikarenakan kelima indikator tersebut mampu menggambarkan keadaan sosial (status sosial) dan ekonomi orang tua. Status sosial digambarkan secara khusus oleh jabatan sosial dan tingkat pendidikan, sedangkan keadaan ekonomi digambarkan melalui aktivitas ekonominya seperti pekerjaan, pendapatan dan kepemilikan barang berharga.

2.2.3. Kelompok Teman Sebaya

2.2.3.1. Pengertian Kelompok Teman Sebaya

Sebuah kelompok (*group*) merupakan kumpulan dari dua atau lebih orang-orang yang saling berinteraksi untuk mencapai tujuan yang sama, tujuan tersebut bisa merupakan tujuan individu, atau tujuan bersama. Sumarwan (2011:305) menjelaskan bahwa pengaruh yang diberikan oleh kelompok dalam proses pembelian ada dua cara

yaitu kelompok mempengaruhi pembelian yang ditentukan dan dibuat oleh konsumen itu sendiri, dan keputusan bersama-sama yang dilakukan oleh masing-masing anggota kelompok. Sedangkan menurut Soekanto (2014:99) kelompok merupakan suatu kesatuan manusia yang memutuskan untuk hidup bersama dalam suatu masyarakat. Hubungan tersebut antara lain menyangkut kaitan timbal balik yang saling mempengaruhi dan juga suatu kesadaran untuk saling tolong-menolong.

Kelompok sosial yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang ialah kelompok kelompok acuan atau kelompok referensi. Sumarwan (2011:305) berpendapat bahwa kelompok acuan (*reference group*) adalah individu atau sekelompok orang yang memberikan pengaruh nyata pada perubahan perilaku seseorang. Sementara Schiffman dan Kanuk (2008:292) mendefinisikan kelompok acuan sebagai kelompok yang dianggap sebagai dasar dalam hal perbandingan bagi seseorang dalam pengambilan keputusan pembelian. Kelompok acuan akan memberikan standar dan nilai yang akan mempengaruhi perilaku seseorang. Kelompok acuan bagi seseorang bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa merupakan sesuatu yang nyata (orang sesungguhnya) atau yang bersifat tidak nyata dan bersifat simbolik (misalnya para eksekutif atau selebriti sukses, aktor, tokoh politik).

Salah satu kelompok acuan yang dekat dengan siswa sebagai konsumen adalah kelompok teman sebaya. Kelompok teman sebaya merupakan suatu lingkungan sosial yang akan mempengaruhi perilaku konsumsi baik secara langsung maupun tidak langsung sebagai tempat berlangsungnya interaksi (Suryani, 2008:248). Myers (1999) dalam Afiati dan Kurniawan (2014) menyatakan bahwa

kelompok teman sebaya merupakan dua orang atau lebih yang memiliki kesamaan usia dan saling berinteraksi dalam waktu yang lama sehingga dapat memberikan pengaruh satu sama lain. Ali dan Asrori (2009:99) menganggap bahwa remaja dalam proses pencarian jati dirinya akan menjadikan kelompok teman sebaya sebagai tokoh identifikasi. Sedangkan Yusuf (2009:59) menyatakan bahwa kelompok teman sebaya merupakan lingkungan sosial bagi remaja (siswa) yang mempunyai peranan yang cukup penting bagi perkembangan kepribadiannya.

Sumartono (2012:122) mengemukakan pendapat dari Glock yang mendefinisikan kelompok teman sebaya sebagai kelompok yang mudah dalam memberikan pengaruh pada tindakan konsumsi secara berlebihan bagi kaum remaja (siswa). Sementara Ahmadi (2004:191) menyatakan bahwa kelompok teman sebaya merupakan kelompok yang terdiri atas sejumlah individu yang mempunyai banyak persamaan dalam berbagai aspek seperti persamaan usia dan status sosialnya. Sedangkan Sumarwan (2011) menyamakan kelompok teman sebaya dengan kelompok persahabatan yang memberikan pengaruh bagi pengambilan keputusan pembelian produk yang dilakukan oleh konsumen.

Kelompok teman sebaya memegang peranan penting dalam kehidupan remaja saat ini. Remaja seringkali mengikuti tingkah laku kelompok teman sebaya lainnya agar dapat diterima dan dipandang sebagai anggota kelompoknya. Remaja akan sangat menderita manakala suatu saat tidak diterima bahkan diasingkan oleh kelompok teman sebayanya. Berdasarkan beberapa pendapat mengenai pengertian kelompok teman sebaya diatas, dapat disimpulkan bahwa kelompok teman sebaya adalah sekumpulan remaja (siswa) yang berada dalam satu lingkungan sosial yang

mempunyai persamaan tujuan, motif, sikap, nilai dan kepribadian, dimana setiap individu dalam kelompok tersebut saling memberikan pengaruh satu sama lain

2.2.3.2. Ciri-ciri Kelompok Teman Sebaya (*Peer Group*)

Mappiare (1989) dalam Nurfarika (2015) menyebutkan beberapa ciri-ciri kelompok teman sebaya (*peer group*), antara lain tidak mempunyai struktur organisasi yang jelas, bersifat sementara dan mengajarkan individu tentang kebudayaan yang luas. Kelompok teman sebaya (*peer group*) terbentuk secara spontan dimana dalam kelompok tersebut nantinya akan terdapat satu anggota kelompok yang dianggap sebagai pemimpin dan anggota lainnya memiliki kedudukan yang sama. Seseorang yang dianggap sebagai pemimpin merupakan anak yang disegani dan berpengaruh di dalam kelompok tersebut.

Kelompok teman sebaya hanya bersifat sementara mengingat kelompok tersebut tidak memiliki struktur organisasi yang jelas dan terbentuk secara spontan. Apabila keinginan masing-masing anggota kelompok tidak tercapai atau keadaan yang memisahkan mereka, maka kelompok tersebut akan bubar dengan sendirinya. Kelompok teman sebaya atau *peer group* terdiri dari berbagai anggota dengan latar belakang budaya yang berbeda satu sama lain. Di dalam kelompok tersebut mereka saling bertukar informasi mengenai kebudayaan yang mereka miliki sehingga secara tidak langsung mereka mengetahui berbagai kebudayaan maupun kebiasaan yang baru.

2.2.3.3. Indikator Kelompok Teman Sebaya

Kelompok teman sebaya adalah sekumpulan remaja (siswa) yang berada dalam satu lingkungan sosial yang mempunyai persamaan tujuan, motif, sikap, nilai dan kepribadian, dimana setiap individu dalam kelompok tersebut saling memberikan pengaruh satu sama lain. Mowen dan Minor (Suryani, 2013:165) menyebutkan bahwa kelompok teman sebaya dapat diukur melalui; (1) tuntutan untuk menyesuaikan dengan kelompok; (2) proses perbandingan sosial; (3) polarisasi kelompok. Santosa (2004) dalam Murisal (2012) mengemukakan bahwa kelompok teman sebaya dapat diukur melalui; (1) perkembangan proses sosialisasi; (2) kebutuhan menerima penghargaan; (3) perlu perhatian dari orang lain; (4) ingin menemukan dunianya.

Sementara itu, menurut Yusuf (2009:59) variabel kelompok teman sebaya dapat diukur melalui ; (1) *Social Cognition*; (2) Konformitas. Sedangkan Myers 1999 dalam Afiati dan Kurniawan (2014) berpendapat bahwa pengukuran kelompok teman sebaya dapat dilakukan melalui; (1) dua orang atau lebih; (2) memiliki tingkat kepribadian yang sama; (3) mempersepsi dan dipersepsi sebagai satu kesatuan; (4) ada interaksi antar anggota; (5) ada saling ketergantungan satu sama lain; (6) memiliki tujuan bersama; (7) anggota kelompok merasa dirinya sebagai bagian dari kelompok.

Berdasarkan cara pengukuran yang telah diuraikan diatas, variabel kelompok teman sebaya dalam penelitian ini diukur melalui aspek kepribadian remaja yang dikemukakan oleh Yusuf (2009:59), yaitu *social cognition* dan konformitas. Pemilihan indikator tersebut lebih sesuai dengan karakteristik siswa dan kepribadian remaja yang berkembang melalui pengalamannya bergaul dengan teman sebaya.

2.2.4. Konsep Diri

2.2.4.1. Pengertian Konsep Diri

Setiap orang memiliki konsep tentang dirinya, tentang siapa dirinya dan apa yang dirasakan tentang dirinya. Perbedaan konsep diri yang dimiliki setiap orang menunjukkan identitas personal maupun sosial seseorang. Purwanto (2007:12) menjelaskan bahwa konsep diri merupakan pandangan atau anggapan seseorang tentang dirinya sendiri. Sedangkan Sumarwan (2011:62) menyatakan bahwa konsep diri seseorang menggambarkan cara seseorang bersikap terhadap dirinya sendiri. Didukung dengan pendapat Cooley dalam Sunarto (1993 : 222) yang menyatakan bahwa sikap dan perilaku yang dilakukan oleh orang lain dapat digunakan sebagai dasar bagi seseorang dalam mengevaluasi dirinya sendiri.

Simamora (2002:10) mendefinisikan konsep diri sebagai respon yang dilakukan terhadap apa yang menjadi citra mereka, sedangkan menurut Kotler (1999) konsep diri merupakan suatu konsep yang memiliki hubungan dengan kepribadian tertentu dalam diri seseorang yang mempunyai gambaran mental yang kompleks. Keseluruhan sikap dan pandangan tersebut dianggap sebagai deskripsi kepribadian orang yang bersangkutan. Konsep diri atau pandangan diri yang negatif akan menjadikan seseorang menjadi tidak yakin akan kemampuan

yang dimilikinya, bahkan mereka akan selalu merasa khawatir apabila ditinggalkan oleh teman-temannya (Mahmud : 1989:56).

Berdasarkan pendapat mengenai konsep diri yang telah dikemukakan diatas, dapat disimpulkan bahwa konsep diri merupakan pandangan seseorang terhadap dirinya sendiri yang akan berdampak pada perilaku konsumsinya. Dengan demikian, konsep diri sangat terkait dengan sifat atau karakter yang merupakan kepribadian seseorang dan konsep diri tersebut nantinya akan berdampak pada pengambilan keputusan perilaku konsumsinya.

2.2.4.2. Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku

Pudjijogjanti, dalam Ghufron, 2016 (dalam Wigianto, 2017) mengemukakan bahwa :

“ Konsep diri berperan dalam mempertahankan keselarasan batin. Pada dasarnya individu selalu mempertahankan keseimbangan dalam kehidupan batinnya. Keseluruhan sikap dan pandangan individu terhadap diri berpengaruh besar terhadap pengalamannya. Konsep diri adalah penentu pengharapan individu. Jadi pengharapan adalah inti dari konsep diri. Konsep diri merupakan seperangkat harapan dan penilaian perilaku yang menunjuk pada harapan tersebut.”

Calhoun dan Acocella dalam Wigianto (2017), membagi konsep diri menjadi dua, yaitu konsep diri yang positif dan negatif. Ghufron (2016) dalam Wigianto (2017) menyatakan bahwa :

“Ciri konsep diri yang positif adalah yakin terhadap kemampuan dirinya sendiri dalam mengatasi masalah, merasa sejajar dengan orang lain, menerima pujian tanpa rasa malu, sadar bahwa setiap orang mempunyai keragaman perasaan, hasrat, dan perilaku yang tidak disetujui oleh masyarakat serta mampu mengembangkan diri karena sanggup mengungkapkan aspek-aspek kepribadian yang buruk dan berupaya untuk mengubahnya. Sementara itu, ciri konsep diri yang negatif adalah peka terhadap kritik, responsif terhadap pujian, mempunyai sikap hiperkritis cenderung merasa tidak disukai orang lain, dan pesimistis terhadap kompetisi.”

2.2.4.3. Dimensi Konsep Diri

Hawkins and Mothersbaugh (2010) dalam Sumarwan (2011:65)

membagi konsep diri menjadi empat bagian, antara lain :

“(a) *Actual self concept*, konsep ini menjelaskan bahwa bagaimana konsumen memandang dirinya akan mempengaruhi produk yang dibeli dan digunakannya. (b) *Ideal Self Concept*, terkait dengan harga diri yang merupakan sikap positif seseorang terhadap dirinya sendiri. (c) *Private Self Concept*, yang menggambarkan bagaimana saya melihat diri saya yang sebenarnya atau bagaimana saya ingin menjadi seseorang dengan karakter atau sifat tertentu. (d) *Social self Concept*, menyatakan pandangan masyarakat atau orang lain terhadap diri seseorang atau keinginan seseorang mengenai bagaimana seharusnya masyarakat atau orang lain melihat dirinya, bagaimana persepsi masyarakat atau orang lain terhadap diri seseorang sangat mempengaruhi konsep ini.”

2.2.4.4. Indikator Konsep Diri

Konsep diri merupakan pandangan seseorang terhadap dirinya sendiri yang akan berdampak pada perilaku konsumsinya. Dengan demikian, konsep diri sangat terkait dengan sifat atau karakter yang merupakan kepribadian seseorang dan konsep diri tersebut nantinya akan berdampak pada pengambilan keputusan perilaku konsumsinya. Ernawati dan Indriyati (2011) menyebutkan ada 3 indikator untuk mengukur konsep diri, antara lain : (1) Pemahaman tentang dirinya; (2) Pengharapan untuk mencapai kesuksesan; (3) Penilaian kelebihan dan kekurangan yang dimiliki.

Sementara menurut Suminar dan Meiyuntari (2015) konsep diri dapat diukur melalui; (1) identitas; (2) kepuasan diri; (3) perilaku; (4) fisik; (5) moral; (6) personal; (7) keluarga; (8) sosial; (9) aspek akademik. Fitts dalam Gumulya dan Widiastuti (2013) mengemukakan aspek konsep diri yang terdiri dari konsep diri internal (diri identitas, diri pelaku, diri penilai) dan Konsep diri eksternal (diri

pribadi, diri keluarga, diri sosial). Sedangkan Calhoun & Acozella dalam Desmita (2012) mengukur variabel konsep diri melalui; (1) Pengetahuan; (2) Harapan; (3) Penilaian.

Berdasarkan beberapa cara pengukuran konsep diri yang telah diuraikan diatas, pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan aspek konsep diri yang dikemukakan oleh Suminar dan Meiyuntari (2015). Indikator tersebut antara lain identitas, kepuasan diri, fisik, personal, dan sosial. Peneliti menggunakan indikator yang dikemukakan oleh Suminar dan Meiyuntari (2015) untuk mengukur konsep diri dalam penelitian ini dikarenakan pengukuran tersebut menggambarkan keadaan dirinya yang dapat dilihat dari sisi pribadi maupun keadaan sosial atau lingkungannya.

2.2.5. Pembelajaran Ekonomi

2.2.5.1. Pengertian Pembelajaran Ekonomi

Proses belajar adalah bagian penting dari kegiatan konsumen yang dilakukan secara sadar maupun tidak sengaja agar dapat melakukan fungsinya dipasar sebagai pembeli yang baik, rasional, maupun emosional. Konsumen yang kecewa karena mengonsumsi suatu produk akan memiliki pengalaman yang buruk dan ketidakpuasan terhadap produk tersebut. Ketika hal ini terjadi, maka proses belajar pada diri konsumen berlangsung. Pengalaman ini akan memberikan pelajaran kepada diri konsumen, yang akan mempengaruhi keputusan pembelian produk tersebut dimasa datang. Menurut Sumarwan (2011:118) proses belajar merupakan suatu proses untuk memperoleh pengetahuan dan pengalaman, yang akan mengakibatkan perubahan sikap dan perilaku yang relatif permanen.

Syah (2003:65) mengemukakan pendapat dari Chaplin (1972) yang menjelaskan bahwa adanya perubahan tingkah laku yang relatif menetap sebagai akibat dari adanya latihan dan pengalaman biasa disebut dengan proses belajar. Sementara menurut Syah (2003:68) proses belajar dapat dipahami sebagai tahapan perubahan tingkah laku individu sebagai hasil dari adanya pengalaman dan interaksi dengan lingkungan yang didalamnya melibatkan proses kognitif. Hal – hal yang perlu diperhatikan dalam proses belajar ialah proses yang berkelanjutan dan pengalaman. Konsumen akan memutuskan pembelian berdasarkan informasi dan pengetahuan baru yang diterimanya. Belajar tidak selalu terjadi karena disengaja dimana belajar adalah proses mencari informasi yang secara sungguh-sungguh dan sengaja dilakukan oleh konsumen.

Pembelajaran (*Learning*) didefinisikan oleh Greenberg dan Baron 2003 dalam Wibowo (2015:147) sebagai perubahan perilaku yang relatif permanen sebagai hasil dari adanya pengalaman. Pembelajaran memerlukan terjadinya beberapa macam perubahan yang terjadi tidak bersifat sementara dan sebagai hasil dari pengalaman. Sedangkan Wibowo (2015:148) mengemukakan “pembelajaran merupakan suatu proses perubahan pengetahuan, perilaku, dan keterampilan seseorang secara berkelanjutan sebagai hasil dari interaksi dengan lingkungan, pengalaman, dan pelatihan.”

Retnandari (2015:9) mendefinisikan “Ilmu Ekonomi adalah ilmu yang mempelajari bagaimana masyarakat menggunakan sumber daya yang terbatas untuk memproduksi barang dan jasa yang bernilai dan mendistribusikannya diantara para pelaku yang berbeda”. Dalam definisi tersebut terdapat dua kata kunci yang berhubungan dengan ilmu ekonomi yakni keterbatasan sumber daya sehingga penggunaannya harus efisien. Dalam penelitian ini, pembelajaran ekonomi yang dimaksud yaitu pembelajaran mengenai kompetensi dasar mendeskripsikan konsep ilmu ekonomi, prinsip serta motif ekonomi dan menganalisis masalah ekonomi dan cara mengatasinya. Dalam kompetensi ini, siswa juga telah mempelajari mengenai tindakan ekonomi yang rasional dan irasional. Dengan pembelajaran tersebut, siswa diharapkan mampu bertindak rasional dalam kegiatan konsumsi.

Berdasarkan pendapat mengenai pembelajaran atau proses belajar diatas, dapat disimpulkan bahwa proses belajar merupakan suatu proses perubahan tingkah laku individu yang dihasilkan dari latihan dan pengalaman serta interaksi dengan lingkungannya yang bersifat menetap pada diri individu. Perubahan tingkah laku yang dihasilkan dari pembelajaran terkait mata pelajaran ekonomi dapat menjadi kontrol bagi siswa dalam berperilaku konsumsi.

2.2.5.2.Ciri-ciri Perubahan Tingkah Laku dalam Belajar

Proses belajar atau pembelajaran yang baik akan menghasilkan beberapa perubahan dalam diri individu. Adapun ciri-ciri perubahan tingkah laku dalam belajar yang dikemukakan oleh Ahmadi dan Supriyono (2004:128) adalah sebagai berikut :

“(1) Perubahan yang terjadi secara sadar, Hal ini berarti bahwa individu yang belajar akan menyadari terjadinya perubahan dalam dirinya setelah melakukan proses belajar, (2) Perubahan dalam belajar bersifat fungsional, Perubahan yang terjadi sebagai hasil belajar bersifat terus-menerus, artinya satu perubahan yang terjadi akan menyebabkan perubahan berikutnya dan akan berguna bagi kehidupan ataupun proses belajar berikutnya, (3) Perubahan dalam belajar bersifat positif dan aktif, perubahan-perubahan yang terjadi dalam proses belajar senantiasa bertambah dan tertuju untuk memperoleh suatu yang lebih baik dari sebelumnya, (4) Perubahan dalam belajar bukan bersifat sementara, perubahan yang terjadi sebagai proses belajar bersifat permanen atau menetap. Ini berarti bahwa tingkah laku yang terjadi setelah belajar akan bersifat menetap, (5) Perubahan mencakup seluruh aspek tingkah laku, perubahan yang diperoleh individu setelah melalui suatu proses belajar, meliputi perubahan keseluruhan tingkah laku.”

2.2.5.3.Indikator Pembelajaran Ekonomi

Proses belajar merupakan suatu proses perubahan tingkah laku individu yang dihasilkan dari latihan dan pengalaman serta interaksi dengan lingkungannya yang bersifat menetap pada diri individu. Perubahan tingkah laku yang dihasilkan dari pembelajaran terkait mata pelajaran ekonomi dapat menjadi kontrol bagi siswa dalam berperilaku konsumsi. (1) hasil yang menetap; (2) kemampuan bereaksi; (3) Penguatan; (4) latihan.

Berdasarkan pengukuran yang telah uraikan diatas, pengukuran pembelajaran ekonomi dalam penelitian ini Ahmadi dan Supriyono (2004:158) menyatakan ada beberapa kondisi dalam proses pembelajaran yang dapat digunakan untuk mengukur pembelajaran ekonomi, yaitu : (1) Stimulasi belajar; (2) perhatian dan motivasi; (3) respon yang dipelajari; (4) penguatan dan umpan balik; (5) pemakaian dan pemindahan; (6) kemampuan belajar. Schiffman dan Kanuk (2008:179) mengemukakan bahwa pembelajaran ekonomi dapat diukur melalui; (1) Motivasi; (2) Isyarat; (3) Respon; (4) Penguatan. Sedangkan Syah

(2004:91) menyatakan bahwa pembelajaran atau proses belajar dapat dilihat dari; menggunakan unsur yang dikemukakan oleh Ahmadi dan Supriyono (2004:158), yaitu stimulasi belajar, perhatian dan motivasi, respon yang dipelajari, penguatan dan umpan balik, dan kemampuan belajar. Peneliti menggunakan indikator yang dikemukakan oleh Ahmadi dan Supriyono (2004:158) untuk mengukur pembelajaran ekonomi dalam penelitian ini dikarenakan indikator tersebut merupakan kondisi umum yang ada dalam situasi belajar yang dapat menggambarkan suatu pembelajaran.

2.3. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yang memiliki kaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian tersebut dijadikan dasar dalam penyusunan penelitian, sebagai pembanding dan penguat yang dapat mendukung penelitian berikutnya. Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh status sosial ekonomi, kelompok teman sebaya, konsep diri dan pembelajaran ekonomi terhadap perilaku konsumtif telah banyak dilakukan.

Purwati, Ana (2011) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Persepsi atas lingkungan dan Prestasi belajar Ekonomi terhadap perilaku konsumsi di SMA se Kota Malang.” Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa status sosial ekonomi orang tua siswa, persepsi atas lingkungan dan prestasi belajar ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi. Prestasi belajar ekonomi sangat memberi kontribusi besarnya pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi

dan besarnya pengaruh persepsi siswa atas lingkungannya terhadap perilaku konsumsi. Perbedaan Penelitian ini terletak pada penggunaan variabel penelitian, dimana dalam penelitian ini menggunakan variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Persepsi atas lingkungan dan Prestasi belajar Ekonomi sebagai variabel X, sedangkan persamaannya ialah ialah sama-sama mengukur Perilaku Konsumtif di SMA.

Mulyono, Budi Kemal (2014) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Budaya, Faktor Sosial, Pembelajaran Konsumsi, dan Sikap Konsumen melalui niat konsumen pada siswa SMA Negeri se Kota Semarang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil bahwa budaya, faktor sosial, pembelajaran konsumen, sikap konsumen berpengaruh terhadap perilaku konsumsi siswa secara langsung maupun tidak langsung. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan ialah terletak pada penggunaan variabel X. Penelitian ini menggunakan budyaa, faktor sosial, pembelajaran konsumsi dan sikap konsumen, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan variabel status sosial ekonomi, kelompok teman sebaya, konsep diri dan pembelajaran ekonomi sebagai variabel X. Persamaannya ialah sama-sama mengukur perilaku konsumsi siswa SMA.

Suminar, Eva, dan Tatik Meiyuntari (2015) dalam penelitiannya yang berjudul Konsep diri, Konformitas, dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel Konsep diri dan konformitas berhubungan secara signifikan dengan perilaku konsumtif remaja secara simultan. Sedangkan secara parsial, konsep diri berhubungan secara signifikan dengan

perilaku konsumtif dan konformitas tidak berhubungan secara signifikan dengan perilaku konsumtif. Perbedaan penelitian ini terletak pada penggunaan variabel penelitian, dimana dalam penelitian ini menggunakan variabel Konsep Diri dan Konformitas sebagai variabel X, sedangkan persamaannya ialah sama-sama mengukur Perilaku Konsumtif di SMA

Indrayani, Kadek, dan Yudiana Luh (2016) dalam penelitiannya yang berjudul “The Effect of Socio-Economy Status of Family and Peer Group on the Consumptive behavior for the Sixth Grade Students of SD Lab Undiksha Singaraja”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Status sosial ekonomi orang tua dan Kelompok teman sebaya (*peer group*) berpengaruh terhadap perilaku konsumsi siswa. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan ialah dalam penggunaan variabel X. Penelitian ini menggunakan status sosial ekonomi orang tua dan *peer group* sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan status sosial ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya, konsep diri dan pembelajaran ekonomi sebagai variabel X. Persamaannya ialah sama-sama mengukur perilaku konsumtif.

Afiati dan Kurniawan (2014) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh status sosial ekonomi orang tua dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumsi siswa kelas XI IPS MAN Sidoarjo”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa status sosial ekonomi orang tua dan kelompok teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi siswa sebesar 15,24%. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan ialah terletak pada variabel X yang digunakan. Penelitian ini hanya menggunakan

variabel status sosial ekonomi orang tua dan kelompok teman sebaya, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menambahkan variabel konsep diri dan pembelajaran ekonomi. Persamaanya ialah sama-sama mengukur tingkat konsumsi siswa SMA

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Parfait U.Gasana (2009)	Relative Status and Independent effects in Consumer Behavior	Secara keseluruhan, di Amerika Serikat status relatif konsumen memiliki pengaruh kuat pada konsumsi barang-barang tertentu. Peningkatan hasil pendapatan berpengaruh pada peningkatan konsumsi
2	Erli Ermawati Indriyati (2011)	Hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja di SMP N 1 Piyungan	Terdapat hubungan negatif antara konsep diri dengan perilaku konsumtif remaja di SMP N 1 Piyungan
3	Ana Purwati (2011)	Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua , Persepsi atas Lingkungan dan Prestasi Belajar Ekonomi terhadap perilaku konsumsi	Status sosial ekonomi orang tua siswa, persepsi atas lingkungan dan prestasi belajar ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi Prestasi belajar ekonomi sangat memberi kontribusi besarnya pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi dan besarnya pengaruh persepsi siswa atas lingkungannya terhadap perilaku konsumsi
4	Dian Chrisnawati Sri Muliati Abdullah (2011)	Faktor –faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif remaja terhadap pakaian (Studi kasus pada remaja berstatus sosial ekonomi rendah)	Faktor kepribadian dan kelompok acuan yang paling banyak mempengaruhi perilaku konsumtif remaja berstatus sosial ekonomi rendah terhadap pakaian. Anggota keluarga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja pada pakaian

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
5	Yunhui Huang Lei Wang and Junqi Shi (2012)	How Attachment Affects the Strength of Peer Influence on Adolescent Consumer Behavior	Kasih sayang remaja dapat meningkatkan pengaruh teman sebaya dalam perilaku konsumsinya
6	Minas N. Kastanakis George Balabanis (2012)	Between the Mass and the class : Antecedents of the “bandwagon” luxury Consumption Behavior	Konsep diri internal memiliki hubungan positif terhadap perilaku pembelian mewah
7	Elodle Gentina, Raphaelle Butori, Gregory M.Rose, Aysen Bakir (2013)	How National Culture Impact teenage Shopping Behavior : Comparing French and American Consumer	Ada perbedaan signifikan antara remaja Amerika dan remaja Perancis mengenai kebutuhan dan keunikan tetapi tidak signifikan dalam hal kerentanan terhadap pengaruh rekan sebaya
8	Sholikin Wenny Hulukati Irvan Usman (2014)	Studi Tentang Faktor Penyebab Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas X Administrasi Perkantoran Di SMK Negeri 1 Kota Gorontalo	Faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi perilaku konsumtif siswa Kelas X Administrasi Perkantoran di SMK Negeri Gorontalo ialah faktor Psikologis yang meliputi motivasi, pembelajaran, serta kepercayaan dan sikap
9	Kemal Budi Mulyono (2014)	Pengaruh Budaya, faktor sosial, pembelajaran konsumsi, dan sikap konsumen terhadap perilaku konsumen melalui niat konsumen pada siswa SMA Negeri kota Semarang	Budaya, faktor sosial, pembelajaran konsumen, sikap konsumen berpengaruh terhadap perilaku konsumsi secara langsung dan tidak langsung.
10	Winda Aprilia Sri Umi Mintarti Sugeng Hadi Utomo (2015)	Pengaruh Latar Belakang Sosial ekonomi Orang Tua, Pendidikan Ekonomi di Keluarga dan Ekonomi Literacy terhadap perilaku konsumsi mahasiswa	Adanya pengaruh secara positif dan signifikan latar belakang sosial terhadap perilaku konsumsi mahasiswa
11	Umi Hidayatun (2015)	Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Dukungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada siswa kelas XI SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta Tahun Pelajaran 2014/2015	Ada pengaruh positif dan signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dan dukungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif remaja dengan p (0,000) Ada pengaruh positif dan signifikan antara dukungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif remaja

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
12	Yahya Reka Wirawan (2015)	Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Prestasi Belajar Ekonomi dan Perilaku Konsumsi Siswa	Status Sosial Ekonomi orang tua berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi siswa
13	Eva Suminar Tatik Meiyuntari (2015)	Konsep diri, Konformitas, dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja	Variabel Konsep diri dan konformitas berhubungan secara signifikan dengan perilaku konsumtif remaja Konsep diri berhubungan secara signifikan dengan perilaku konsumtif
14	Ahmad Hidayat Chandra kurniawan (2016)	Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua , Persepsi atas Lingkungan dan Prestasi Belajar Ekonomi terhadap perilaku konsumsi	Status sosial ekonomi orang tua siswa, persepsi atas lingkungan dan prestasi belajar ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi Prestasi belajar ekonomi sangat memberi kontribusi besarnya pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi dan besarnya pengaruh persepsi siswa atas lingkungannya terhadap perilaku konsumsi
15	Kadek Yudiana Luh Indrayani (2016)	The Effect of Socio-Economy Status of Family and Peer Group on the Consumptive behavior for the Sixth Grade Students of SD Lab Undiksha Singaraja	Status sosial ekonomi orang tua, Kelompok acuan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa
16	Mu'afifah Kusniawati Riza Yonisa Kurniawan (2016)	Pengaruh status sosial ekonomi orang tua dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IPS di SMA N 2 Tuban	Terdapat pengaruh signifikan antara status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IPS di SMA N 2 Tuban

Penelitian kali ini akan mencoba menguji kembali apakah variabel-variabel yang mempengaruhi perilaku konsumtif seperti status sosial ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya, konsep diri dan pembelajaran ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Magelang.

2.4. Kerangka Pemikiran Teoritis

2.4.1. Pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif

Keluarga mempunyai peran penting dalam pembentukan individu yaitu orang tua (Chrisnawati dan Abdullah, 2011). Hal tersebut sangat berkaitan erat dengan sosial ekonomi orang tua remaja yang juga memiliki pengaruh besar bagi intensitas membeli produk (Sipunga dan Muhammad, 2014). Aprilia, dkk (2015) menyatakan bahwa seseorang yang berasal dari kalangan sosial ekonomi tinggi biasanya didukung oleh kondisi materi yang cukup yang membuat mereka memiliki daya beli yang tinggi, sehingga mereka merasa mampu dan leluasa untuk membeli apa yang mereka inginkan yang berdampak pada munculnya tindakan konsumsi yang tidak rasional atau berlebihan. Selain itu, orang tua yang memiliki penghasilan tinggi menyebabkan siswa cenderung memiliki gaya hidup yang tinggi pula dan orang tua yang memiliki penghasilan yang rendah menyebabkan siswa cenderung memiliki gaya hidup sederhana (Purwati, 2011)

Beberapa penelitian terkait dengan status sosial ekonomi orang tua dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif telah dilakukan salah satunya ialah penelitian yang dilakukan oleh Grier dan Deshpande (2011) yang menemukan bahwa status sosial merupakan salah satu dimensi dari konteks sosial yang

mempengaruhi konsumen dalam berperilaku. Penelitian lain juga berhasil dilakukan oleh Gasana (2009) yang menyatakan bahwa Secara keseluruhan, di Amerika Serikat status relatif konsumen memiliki pengaruh kuat pada konsumsi barang-barang tertentu.

Peningkatan hasil pendapatan berpengaruh pada peningkatan konsumsi. Temuan lain juga diungkapkan oleh Sipunga dan Muhammad (2014) yang menegaskan bahwa penghasilan orang tua mempunyai kaitan erat dengan pola konsumsi remaja. Remaja dengan penghasilan orang tua yang tinggi mempunyai peluang yang besar untuk berperilaku konsumtif. Diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusniawati dan Kurniawan (2016) juga yang membuktikan bahwa status sosial ekonomi atau latar belakang sosial ekonomi orang tua mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa yang berarti ketika status sosial ekonomi orang tua tinggi, maka perilaku konsumsi siswa semakin rasional, begitu juga sebaliknya. Status sosial ekonomi orang tua dapat diukur melalui Pendidikan, pekerjaan, pendapatan, jabatan sosial, kepemilikan barang berharga (Salami, 2004)

2.4.2. Pengaruh kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif

Perilaku konsumtif yang dilakukan oleh remaja sebenarnya tidak lepas dari pengaruh lingkungan sosial remaja yang berinteraksi dengan kelompoknya (Andin, 2016). Andin (2016) dalam penelitiannya juga berhasil menemukan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara teman sebaya dengan perilaku konsumtif. Penelitian mengenai pengaruh tersebut juga pernah dilakukan oleh Chrisnawati dan Abdullah (2011) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh

kelompok referensi teman sebaya terhadap perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh 3 partisipan dimana mereka memiliki kelompok khusus yang didalamnya memiliki keakraban atau hubungan khusus dengan teman-temannya.

Yuang, et al (2012) juga menemukan bahwa remaja di Amerika Serikat dan Perancis percaya bahwa kelompok teman sebaya lebih memiliki pengetahuan mengenai suatu produk sehingga mereka cenderung terpengaruh untuk menghabiskan uangnya dengan berbelanja bersama kelompok teman sebayanya. Selain itu, Junqi Shi (2012) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa kasih sayang yang dimiliki antar remaja sebagai akibat dari interaksi yang terjadi antar remaja dapat meningkatkan pengaruh teman sebaya dalam perilaku konsumsinya.

Diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari, dkk (2016) yang menyatakan bahwa kelompok acuan atau teman sebaya berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, karena kelompok tersebut sering dijadikan pedoman oleh konsumen dalam berperilaku. Kelompok teman sebaya dapat diukur melalui *Social Cognition* dan Konformitas (Yusuf, 2009:53)

2.4.2.1. Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif

Konsep diri merupakan penilaian individu mengenai kualitas personalnya, gambaran mengenai apa dan siapa dirinya serta gambaran dirinya di mata orang (Suminar dan Meiyuntari, 2015). Menurut Gumulya dan Widiastuti (2013), seseorang yang mempunyai konsep diri negatif selalu berusaha membuat dirinya terlihat lebih baik dipandangan orang lain sehingga dapat memicu timbulnya perilaku konsumtif, sedangkan menurut Ghufron (2016) dalam Wigianto (2017),

seseorang yang mempunyai konsep diri negatif mempunyai sikap hiperkritis dan cenderung merasa tidak disukai orang lain.

Beberapa penelitian mengenai pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif telah dilakukan. Ernawati dan Indriyati (2011) dalam penelitiannya berhasil menunjukkan adanya hubungan yang negatif antara konsep diri dengan perilaku konsumtif, yang berarti semakin tinggi konsep diri, maka semakin rendah tingkat perilaku konsumtif siswa. Senada dengan temuan yang dilakukan oleh Ernawati dan Indriyati (2011), Kastanakis dan Balabanis (2012) dalam penelitiannya menyatakan bahwa Konsep diri internal memiliki hubungan terhadap perilaku pembelian mewah. Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif juga ditemukan oleh penelitian yang dilakukan oleh Hidayat dan Kurniawan (2016). Hasil dari penelitiannya membuktikan adanya pengaruh positif yang signifikan antara konsep diri terhadap perilaku konsumtif pembelian *gadget*.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat dan Kurniawan (2016), Wigianto (2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwa konsep diri berpengaruh secara signifikan positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi. Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, terdapat perbedaan hasil penelitian yang dilakukan oleh Gumulya dan Widiastuti (2013) yang menemukan bahwa tidak ada pengaruh antara konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Konsep diri dapat diukur melalui Identitas, Kepuasan diri, fisik, personal, sosial (Suminar dan Meiyuntari, 2015)

2.4.2.2. Pengaruh pembelajaran ekonomi terhadap perilaku konsumtif

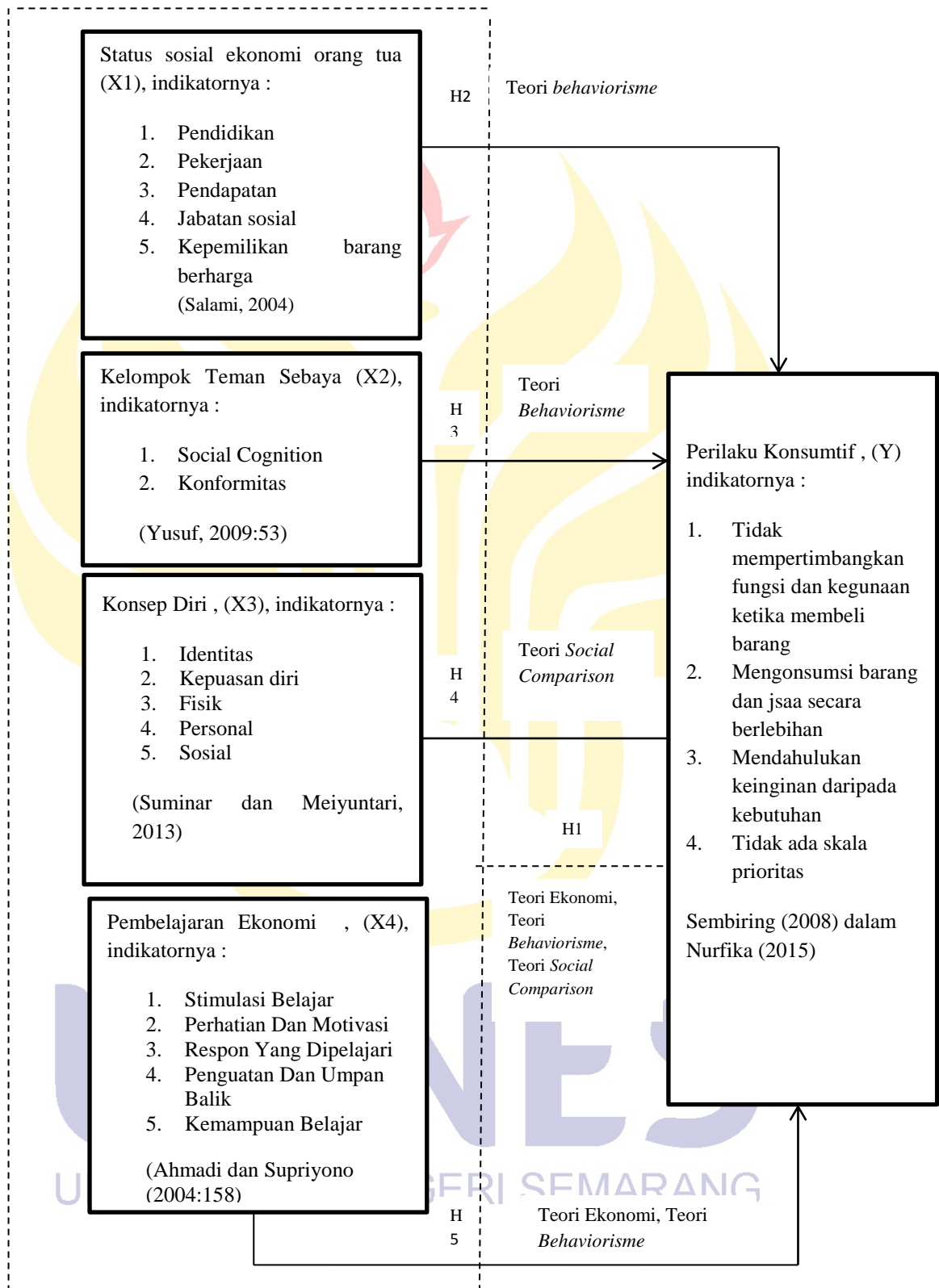
Pendidikan memegang peranan penting dalam meningkatkan sumber daya manusia yang berkualitas terkait dengan perilaku konsumsi siswa. Pembelajaran ekonomi adalah dasar pendidikan bagi siswa dalam meletakkan dasar-dasar berperilaku ekonomi, salah satunya yaitu berperilaku konsumsi (Kusniawati dan Kurniawan, 2016). Mulyono (2014) dalam penelitiannya menyatakan bahwa pembelajaran memiliki peran penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan kegiatan ekonomi, namun pengaruhnya masih lemah.

Penelitian atau studi mengenai pembelajaran ekonomi yang mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang telah banyak dilakukan. Purwati (2011) telah melakukan penelitian mengenai pengaruh pembelajaran ekonomi dan hasil belajarnya terhadap perilaku konsumsi, hasil penelitiannya menyatakan bahwa pembelajaran dan prestasi belajar ekonomi sangat memberikan kontribusi besarnya pengaruh sosial ekonomi orang tua dan persepsi siswa atas lingkungannya terhadap perilaku konsumsi siswa. Dengan demikian pembelajaran ekonomi dapat dikatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi siswa. Sementara itu, Erni (2013) dalam penelitiannya menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara pembelajaran ekonomi terhadap perilaku konsumsi siswa.

Berbeda dengan beberapa penelitian yang telah dijelaskan diatas, Devi (2013) menyebutkan bahwa terdapat pengaruh negatif signifikan antara pembelajaran ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Katolik Diponegoro Blitar. Indrianawati dan Soesatyo (2015) dalam penelitiannya

mengerucutkan pembelajaran ekonomi melalui variabel pengetahuan ekonomi yang memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa. Selain itu, Kanserina (2015) juga melakukan penelitian dengan mengerucutkan pembelajaran ekonomi sebagai literasi ekonomi yang memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif siswa.

Pembelajaran ekonomi dapat diukur melalui stimulasi belajar, perhatian dan motivasi, respon yang dipelajari, penguatan dan umpan balik, kemampuan belajar (Ahmadi dan Supriyono (2004:158)). Berdasarkan penelitian tersebut, dapat dipahami bahwa Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya, Konsep Diri, dan Pembelajaran Ekonomi dapat digunakan untuk mengukur penyebab perilaku konsumtif pada siswa. Pengaruh atau hubungan antara Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya, Konsep Diri, dan Pembelajaran Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif dinyatakan dalam gambar dibawah ini



Gambar 2.1. Kerangka pemikiran teoritis

Keterangan :

————— : pengaruh secara parsial

----- : pengaruh secara simultan

2.5. Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 : Ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara faktor status sosial ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya, konsep diri, dan pembelajaran ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS SMA Negeri 1 Magelang

H2 : Ada pengaruh positif dan signifikan antara faktor status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS SMA Negeri 1 Magelang

H3 : Ada pengaruh positif dan signifikan antara faktor kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS SMA Negeri 1 Magelang

H4 : Ada pengaruh positif dan signifikan antara faktor konsep diri terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS SMA Negeri 1 Magelang

H5 : Ada pengaruh negatif dan signifikan antara faktor pembelajaran ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS SMA Negeri 1 Magelang

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Penelitian ini berusaha untuk menganalisis pengaruh status sosial ekonomi, kelompok teman sebaya, konsep diri dan pembelajaran ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Magelang Tahun Ajaran 2016/2017. Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan, maka dapat diambil beberapa simpulan antara lain :

1. Status sosial ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya, konsep diri dan pembelajaran ekonomi berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Magelang tahun ajaran 2016/2017 dengan memberikan kontribusi sebesar 34,5 %. Ini mengartikan bahwa ketika Status sosial ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya, konsep diri dan pembelajaran ekonomi meningkat 1 %, maka perilaku konsumtif siswa akan mengalami peningkatan sebesar 34,5 %. Status sosial ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya, konsep diri dan pembelajaran ekonomi berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Magelang tahun ajaran 2016/2017
2. Status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Magelang tahun ajaran 2016/2017 dengan memberikan kontribusi sebesar 3,96 %. Ini mengartikan bahwa ketika Status sosial ekonomi orang tua meningkat 1 %, maka perilaku konsumtif siswa akan mengalami peningkatan sebesar 3,96 %, begitu sebaliknya ketika

Status sosial ekonomi orang tua menurun 1 %, maka perilaku konsumtif siswa akan mengalami penurunan sebesar 3,96 %

3. Kelompok teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS di SMA Negeri1 Magelang tahun ajaran 2016/2017 dengan memberikan kontribusi sebesar 11,8 %. Ini mengartikan bahwa ketika Kelompok teman sebaya meningkat 1 %, maka perilaku konsumtif siswa akan mengalami peningkatan sebesar 11,8 %, begitu sebaliknya ketika Kelompok teman sebaya menurun 1 %, maka perilaku konsumtif siswa akan mengalami penurunan sebesar 11,8 %

4. Konsep diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Magelang tahun ajaran 2016/2017 dengan memberikan kontribusi sebesar 11,9 %. Ini mengartikan bahwa ketika konsep diri meningkat 1 %, maka perilaku konsumtif siswa akan mengalami peningkatan sebesar 11,9 %, begitu sebaliknya ketika konsep diri menurun 1 %, maka perilaku konsumtif siswa akan mengalami penurunan sebesar 11,9 %,

5. Pembelajaran ekonomi tidak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS di SMA Negeri1 Magelang tahun ajaran 2016/2017.

5.2.Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, adalah sebagai berikut :

1. Bagi Orang Tua

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kelompok teman sebaya memberikan kontribusi yang cukup tinggi. berdasarkan temuan tersebut maka hendaknya orang tua siswa meningkatkan pengawasan terhadap pergaulan anak-anaknya. Mengingat siswa lebih banyak menghabiskan waktu bersama kelompok teman sebayanya jika dibandingkan dengan keluarganya.

2. Bagi Guru

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pembelajaran ekonomi tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa. Berdasarkan temuan tersebut, maka hendaknya guru lebih meningkatkan kreativitasnya dan lebih banyak memberikan contoh kasus pada setiap materi pembelajaran agar kemampuan kognitif siswa dapat diimbangi dengan kemampuan psikomotrik dan afektif yang baik.

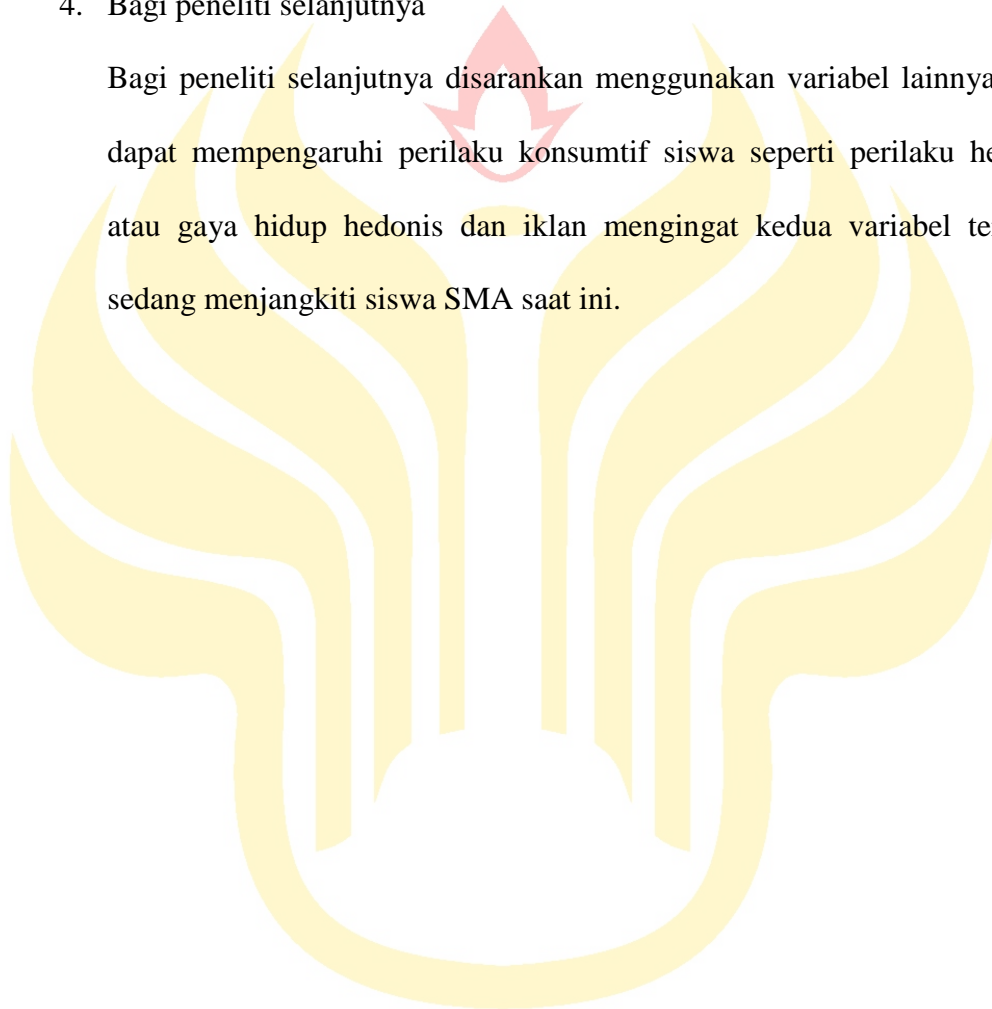
3. Bagi Siswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep diri memberikan kontribusi yang paling tinggi. Berdasarkan temuan tersebut, maka siswa disarankan untuk lebih mampu mengontrol dirinya sendiri agar tidak mudah tergoda untuk melakukan pembelian yang dilakukan oleh orang lain. Kontrol diri tersebut dilakukan dengan menghilangkan pandangan-pandangan negatif

dan meningkatkan kepercayaan dirinya sehingga siswa tidak akan melakukan pembelian agar terlihat baik dan sama dengan lingkungannya.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan menggunakan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif siswa seperti perilaku hedonis atau gaya hidup hedonis dan iklan mengingat kedua variabel tersebut sedang menjangkiti siswa SMA saat ini.



UNNES

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR PUSTAKA

- Afiati, Bintana, dan Riza Yonisa Kurniawan. 2014. Pengaruh Status Sosial Orang Tua dan Kelompok Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumsi Siswa kelas XI IPS MAN Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Volume 2, Nomor 3. Hal 1-17 Surabaya : Universitas Negeri Surabaya
- Ahmadi, Abu. 2004. *Sosiologi Pendidikan*. Jakarta : PT Rineka Cipta
- Ahmadi, Abu, dan Widodo Supriyono. 2004. *Psikologi Belajar* . Jakarta : PT Aneka Cipta
- Andin.2016. Hubungan Interaksi Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI DI SMA N 6 Yogyakarta. *E-Journal Bimbingan dan Konseling*. Edisi 2, tahun ke-5. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta
- Aprilia., Winda, Sri Umi Mintari, dan Sugeng Hadi Utomo. 2015. Pengaruh Latar Belakang Sosial Ekonomi Orang Tua, Pendidikan Ekonomi di Keluarga dan Economic Literacy terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Humaniora*, Vol 3, No 1, Hal 78-84. ISSN:2442-3890 Malang : Universitas Negeri Malang
- Artaningtyas dan Rahajeng Mirnajar.2015. Hubungan Antara Konsep diri dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Naskah Publikasi*. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Astuti, Rika P.F. 2016. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi, dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. *Jurnal Edutama*, Vol 3, No 2. Hal 49-58 Bojonegoro : IKIP PGRI Bojonegoro
- Badan Pusat Statistik. 2017. *Indeks Implisit Triwulanan Menurut Pengeluaran (2010=100), 2014-2016*. Dalam <https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/1207> (diunduh pada 16 Juli 2017, Pukul 21.00)
- Batkoska, Liljana, dan Lena Koseska. 2012. The Impact of Cognitive Learning on Consumer Behaviour. *Procedia Social and Behavioral Science* Vol 44 . page 70-77 Ohrid University
- Case, Karl E. Fair, Ray C. 2007. *Prinsip-Prinsip Ekonomi*. Jakarta : Erlangga

- Chrisnawati, Dian, dan Sri Muliati Abdullah. 2011. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian (Studi Kasus Pada Remaja Berstatus Sosial Ekonomi Rendah). *Jurnal Spirits*, Vol 2, No 1, Hal 1-14. ISSN :2087-7641. Yogyakarta : Universitas Mercu Buana
- Damsar. 2002. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada
- Desmita. 2009. *Psikologi Perkembangan*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya
- Devi, Hany Chintya. 2013. Pengaruh Kualiatas Pembelajaran Ekonomi, Pengetahuan Dasar Ekonomi, dan Pergaulan dengan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI Ilmu Sosial SMA Katolik Diponegoro Blitar. *Skripsi*. Malang : Universitas Negeri Malang
- Dikria, Okky, dan Sri Umi Mintarti. 2016. Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Volume 9, Nomor 2. Hal 143-155 Malang : Universitas Negeri Malang
- Ermawati, Erli, dan Indriyati E.P. 2011. Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja DI SMP N 1 Piyungan. *Jurnal Spirits*, Vol 2. No 1. Hal 1-12. ISSN : 2087-7641. Yogyakarta : Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa
- Erni, Riza. 2013. Pengaruh Pembelajaran Ekonomi dan Status Sosial Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi. *Artikel Penelitian*. Pontianak : Universitas Tanjungpura
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Undip Press
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Fryzia, Adelia. 2014. *Gaya Hidup Remaja Konsumtif*. http://www.kompasiana.com/adelia_fryzia21/gaya-hidup-remaja-konsumtif_54f9372ea3331178178b477e. (diunduh tanggal 17 Februari 2017, 16:00)
- Furaji, Fatimah, Malgorzata Latuszyriska, dan Agata Wawrzynlak. 2012. An Empirical Study of Factors influencing Consumer Behaviour in the Electric Appliances Market. Vol 6.Issue 3.Page 76-86

- Gasana, Parfait U.2009. Relative Satus and interdependent Effect in Consumer Behavior. *The Journal of Socio-Economics*, 38, 52-38
- Gentina, Elodle. *etc.*2013. How National Culture Impact teenage Shopping Behavior : Comparing French and American Consumer. *Journal of Business Research* 67 (2013) 464-470
- Gerungan. 2000. *Psikologi Sosial*. Bandung : PT Refika Aditama
- 2009. *Psikologi Sosial*. Bandung : PT Refika Utama
- Ghozali, Imam. 2016. *Analisis Multivariate Program : Dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gumulya, Jessica, dan Mariyana Widiastuti.2013. Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*, Volume 11, Nomor 1. Hal 50-65 Jakarta : Universitas Esa Unggul
- Grier, Sonya A, dan Rohit Deshpande. 2011. Social Dimensions of Consumer Distintiveness : The Influence of Sosial Status on Group Identitiy and Advertising Persuasion. *Journal of Marketing Research*, Vol XXX VIII, 216-224
- Hadija, Lisa. 2013. Pengaruh Teman Sebaya dan Prestasi Belajar Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa SMA Khadijah Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*. Volume 1. Nomor 2. Hal 189-201 Surabaya : Universitas Negeri Surabaya
- Haryono, Agung. 2013. Pengaruh Persepsi Proses Pembelajaran, Penilaian dan Status Sosial Ekonomi Terhadap Literasi Ekonomi Siswa SMA. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*. Vol 20, No 2. Hal 9-17 Malang : Universitas Negeri Malang
- Hidayat, Ahmad, dan Chandra Kurniawan.2016. Pengaruh Konsep Diri dan Kepercayaan Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Fakultas Hukum Non Reguler Universitas Islam Riau. *An-Nafs*, Vol 10, No 1, ISSN 1907-3305. Riau : Universitas Islam Riau
- Huang, Yunhui. *Etc.* 2012. How Attachment Affects the Strength of Peer Influence on Adolescent Consumer Behavior. *Psychology and Marketing*, Vol 2,9, No 8. ISSN : 558-567

- Imawati, Indah, Susilaningsih, dan Elvia Ivada 2013. Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UNS*. Volume 2, Nomor 1. Hal 48-58. Surakarta : Universitas Sebelas Maret
- Indrayani, Kadek, dan Yudiana Luh. 2016. The Effect of Socio-Economy Status of Family and Peer Group on the Consumptive behavior for the Sixth Grade Students of SD Lab Undiksha Singaraja. *Journal of Economics and Sustainable Development*, Vol 7, No 24, 2016, Hal 66-70 ISSN : 2222-2855. Singaraja : Universitas Pendidikan Ganesha
- Indrianawati, Entika, dan Yoyok Soesatyo. 2015. Pengaruh Tingkat Pendapatan Dan Pengetahuan Ekonomi Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Program Pasca Sarjana Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*. Vol 3 No 1. Hal 214-226 Surabaya : Universitas Negeri Surabaya
- Itryah. 2015. Hubungan Antara Kelompok Teman Sebaya dengan Gaya Hidup Hedonis pada Mahasiswa Fakultas Hukum Sore Angkatan Tahun 2009 dan 2010 Universitas Sriwijaya Palembang. *Jurnal Ilmiah PSYCHE*. Volume 9. Nomor 1. Hal 01-07. Palembang : Universitas Bina Darma
- Johnson, Doyle Paul. 1988. *Teori Sosiologi Klasik dan Modern*. Jakarta : PT Gramedia
- Kanserina, Dias. 2015. Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undhiksa 2015. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Volume 5, Nomor 1. Singaraja : Universitas Pendidikan Ganesha
- Kastanakis, Minas Nn dan George Balabaris. 2012. Beetween The Mass and The Class : Antecedents of The “Bandwagon” Luxury Consumption Behavior. *Journal of Business Research*, 65, ISSN:1399-1407
- Kotler, Philip. 1999. *Marketing jilid 1*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran jilid 1*. Jakarta : Erlangga
- Kusniawati, Mu'afifah, dan Riza Yonisa Kurnaiwan. 2016. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Kelas X IPS DI SMA Negeri 2 Tuban. *Jurnal Pendidikan*

Ekonomi, Vol 4, No 3, Hal 1-9 Surabaya : Universitas Negeri Surabaya

- Mahmud, M Dimiyati. 1989. *Psikologi Pendidikan* . Jakarta : Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan
- Murisal. 2012. Pengaruh Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Putri. *Journal of Gender Studies*, Vol 2, No 2, Hal 198-218
- Murtianingsih, Endah. 2017. Pengaruh Literasi Ekonomi, Hasil Belajar Ekonomi dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa SMP Negeri di Surabaya Barat. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*. Volume 5. Nomor 1. Hal 127-156.e-ISSN 2579-387X. Surabaya
- Mulyono, Kemal Budi .2014. Pengaruh Budaya, Faktor Sosial, Pembelajaran Konsumsi, dan Sikap Konsumen Terhadap Perilaku Konsumen Melalui Niat Konsumen Pada Siswa SMA Negeri Kota Semarang.*Juornal of Economic Education* No 3, Vol 2, Hal 1-7 ISSN : 2301-7341. Semarang : Universitas Negeri Semarang
- Nitisusastro, Mulyadi. 2013. *Perilaku Konsumen dalam perspektif Kewirausahaan*. Bandung : Alfabeta CV
- Nokadiani, Sari Mei. 2013. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Lingkungan dan Pengetahuan Dasar Ekonomi terhadap Rasionalitas Perilaku Konsumsi. *Jurnal Pendidikan Humanira*, Volume 1, Hal 55-60. Madiun
- Nurfatika, Oktavia. 2015. Pengaruh Persepsi Tentang Peran Orang Tua, *Peer Group*, dan *Financial Literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas X IIS dan XI IIS di SMA N 7 Semarang Tahun Ajaran 2014/2015. *Skripsi*. Semarang : Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang
- Parma, Sintiche Ariesny. 2007. Hubungan Antara Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif Remaja Putri dalam Pembelian Kosmetik Melalui Katalog di SMA Negeri 1 Semarang. *Naskah Publikasi*. Semarang : Universitas Diponegoro
- Pratiwi, Indah. 2017. Pengaruh Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif untuk Produk Fashion di Online Shop Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undhiksa. *E-jornal Pendidikan Ekonomi*, Volume 9, Nomor 1. Singaraja : Universitas Pendidikan Ganesha

- Purwanto, M Ngalim. 1990. *Psikologi Pendidikan*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Purwati, Ana. 2011. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Persepsi atas Lingkungan, dan Prestasi Belajar Ekonomi terhadap Perilaku Konsumsi. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Hal 11-16 Nomor 1. Malang
- Puspa, Anasia. 2014. *Masyarakat Indonesia Konsumtif, Harus Senang atau sedih ?* <http://www.jemberpost.com/opini/masyarakat-indonesia-konsumtif-harus-senang-atau-sedih/> (diunduh tanggal 17 Februari 2017, 15:50)
- Retnandari, Nunuk Dwi.2015. *Pengantar Ilmu Ekonomi Dalam Kebijakan Publik*. Yogyakarta : Pustaka Belajar
- Rifa'i, Ahmad, dan Catharina Tri Anni.2012. *Psikologi Pendidikan*. Semarang: Unnes Press
- Salami, Samuel O. 2014. A Path Model to Examine Factors Influencing Career Orientations of School-Going Adolescents in Nigeria. *International Journal for the Advancement of Counseling*. Volume 26. Nomor 1. Nigeria : University of Ibadan
- Sangadji, Etta Mamang, dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : CV ANDI OFFSET
- Setiadi, Nugroho J.2003. *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Prenada Media
- Septiana, Aldila. 2015. Pengaruh Economics Literacy terhadap Perilaku Konsumsi yang dimediasi oleh Nilai-Nilai Budaya Lokal dan Promosi Pada Siswa SMA Negeri Se Kota Pamekasan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dinamika Pendidikan*. Volume X. Nomor 2. Hal 154-164. STKIP PGRI Bangkalan
- Sholikin. 2014. Studi Tentang Penyebab Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas X Administrasi Perkantoran DI SMK Negeri 1 Kota Gorontalo. *Artikel Penelitian*. Gorontalo : Universitas Negeri Gorontalo
- Simamora, Bison. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Sihotang, Agustina Erika. 2016. Hubungan Tingkat Sosial Ekonomi Keluarga dan Lingkungan Sosial dengan Sikap Konsumtif Pada Siswa Kelas X

di SMA Bodhisattva Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2015/2016.
Skripsi. Bandar Lampung : Universitas Lampung

- Sipunga, Puspita Nilawati, dan Amri Hana Muhammad. 2014. Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja Ditinjau dari Pendapatan Orang Tua Pada Siswa-Siswai SMA Kesatrian 2 Semarang. *Journal of Social and Industrial Psychology*, Vol 3, No 1, Hal 62-68 ISSN 2252-6838. Semarang : Universitas Negeri Semarang
- Stefanny, 2014. Hubungan Antara Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada siswa kelas VIII SMP Masehi Kudus. *Skripsi*. Salatiga : Universitas Kristen Satya Wacana
- Solomon, Michael. *etc.*2009. *Consumer Behavior : A European Perspective*. Prentice Hall
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta CV
- Soekanto, Soerjono. 2014. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada
- Sumarwan, Ujang.2011. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Suminar, Eva, dan Tatik Meiyuntari.2015. Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Persona, Jurnal Psikologi Indonesia*. Vol 4, No 2, Hal 145-152. Surabaya : Universitas 17 Agustus 1945
- Suryowati, Estu. 2016. *BPS: Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga di Kuartal II 2016*
Capai Rp 1.704 Triliun
<http://tekno.kompas.com/read/2016/08/05/150319726/bps.pengeluaran.konsumsi.rumah.tangga.di.kuartal.ii.2016.capai.rp.1.704.triliun>.
(Diunduh tanggal 17 Februari 2017, pukul 15:52)
- Syah, Muhibbin. 2007. *Psikologi Belajar*. Jakarta:PT RajaGrafindo Persada
- . 2004. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta : PT Remaja Rosdakarya
- Tifani, 2014. Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Membeli Pakaian Diskon pada Mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya Palembang. *Jurnal Ilmiah PSYCHE*, Volume 8, Nomor 2, Hal 90-100 Palembang : Universitas Bina Darma
- Valentasari, Elisa.2014. *OJK : Pendapatan Meningkat, Masyarakat Cenderung Konsumtif*. <http://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20141220232435-78->

[19533/ojk-pendapatan-meningkat-masyarakat-cenderung-konsumtif/](#)
(diunduh tanggal 18 Februari 2017, pukul 22:30)

[Wahab, Rohmalina. 2015. *Psikologi Belajar*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada](#)

[Wahyudi, 2013. Tinjauan tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samainda Central Plaza. *eJournal Sosiologi* Volume 1, Nomor 4, Hal 26-36. Universitas Mulawarman](#)

Walgito, Bimo. 2004. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta : ANDI Yogyakarta

Wasesa, Ragil. 2016. Pengaruh Peran Orang Tua, Gaya Hidup, Konsep Diri dan *Financial Literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif Kelas X IIS dan XI IIS di SMA Negeri 5 Semarang Tahun Pelajaran 2015/2016. *Skripsi*. Semarang : Universitas Negeri Semarang

Wibowo. 2015. *Perilaku Dalam Organisasi*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada

Wirawan, Yahya Reka. 2015. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Prestasi Belajar Ekonomi dan Perilaku Konsumsi Siswa. *Equilibrium*, Vol 3, No1. Madiun : IKIP PGRI Madiun

Wulandari, Fitri, Hari Wahyono, dan Agung Haryono 2016. Pengaruh Perhatian Orang Tua, Respon Pda Iklan, Intensitas Pergaulan Teman Sebaya, dan Pemahaman Siswa Pada Mata Pelajaran Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas VII SMPN 2 Nglepok Kabupaten Blitar Tahun Ajaran 2015/2016. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Volume 9, Nomor 2. Malang : Univerista Negeri Malang

Yusuf, Syamsu. 2009. *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Yoh, Taeho. 2005. Parent, peer, and TV Influencing on American teens athletic shoes Purchasing. *International Journal Sport Management and Marketing*, Vol 1, No ½