



**PENGARUH PEMANFAATAN TEKNOLOGI
INFORMASI, KELOMPOK TEMAN SEBAYA DAN
STATUS SOSIAL EKONOMI ORANGTUA
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi
Universitas Negeri Semarang Angkatan 2013)**

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
pada Universitas Negeri Semarang**

Oleh

Suryo Adi Prakoso

NIM 7101413274

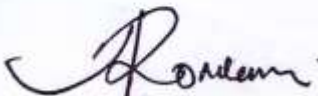
**JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2017**

PERSETUJUAN PEMBIMBING


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

Hari : Selasa
Tanggal : 16 Mei 2017

Pembimbing I


Prof. Dr. Rusdarti, M.Si
NIP 195904211984032001

Pembimbing II


Wijang Sakitri, S.Pd., M.Pd
NIP 198108262010122005

Mengetahui
Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi



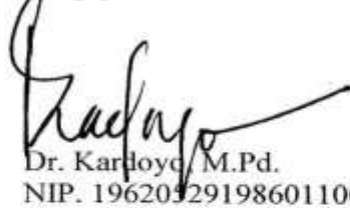
Ade Rustiana
NIP 196801021992031002

PENGESAHAN KELULUSAN

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


Hari : Selasa
Tanggal : 20 Juni 2017

Penguji I



Dr. Karloyo M.Pd.
NIP. 196203291986011001

Penguji II



Wijang Sakitri, S.Pd., M.Pd.
NIP 198108262010122005

Penguji III



Prof. Dr. Rusdarti, M.Si
NIP. 195904211984032001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Wahyono, M.M.
NIP. 195601031983121001

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Suryo Adi Prakoso
NIM : 7101413274
Tempat Tanggal Lahir : Kab. Semarang, 20 Desember 1994
Alamat : Jl.Pahlawan 92 Bedono, Jambu, Kab.Semarang

menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan 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 di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 16 Mei 2017



Suryo Adi Prakoso
NIM 7101413274

UNN
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

- Jangan malu dunia tak mengenalmu, tapi malulah bila kamu tak kenal dunia (Penulis).
- Manusia tidak bisa menjadi sempurna, akan tetapi bukan berarti tidak bisa menjadi yang lebih baik (Penulis)
- Pendidikan mempunyai akar yang pahit, tapi buahnya manis. (Aristoteles)

Persembahan

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- Ayah, Ibu dan saudara-saudaraku yang selalu memberikan doa, kasih sayang serta dukungannya.
- Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Almamaterku

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kelompok Teman Sebaya dan Status Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2013)”** yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Pendidikan Ekonomi Koperasi, Universitas Negeri Semarang.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum., Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Universitas Negeri Semarang.
2. Dr. Wahyono, M.M., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kemudahan dalam perijinan pelaksanaan penelitian.
3. Ade Rustiana, M.Si., Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan izin kepada penyusun untuk melakukan penelitian di jurusan pendidikan ekonomi Universitas Negeri Semarang.

4. Prof. Dr. Rusdarti, M. Si, selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Wijang Sakitri, S.Pd., M.Pd, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ayah, Ibu dan saudara-saudaraku yang senantiasa mendoakan dan memberi dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Sahabat-sahabatku yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Teman seperjuangan Pendidikan Ekonomi Koperasi B angkatan 2013 yang telah berjuang bersama di Universitas Negeri Semarang tercinta ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

Ahirnya dengan segala kerendahan hati yang tulus penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang bersangkutan.

Semarang, 16 Mei 2017

UNNES
Penulis
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

SARI

Prakoso, Suryo Adi. 2017. "*Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kelompok Teman Sebaya dan Status Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2013)*". Skripsi. Jurusan Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing I: Prof. Dr. Rusdarti, M.Si. Pembimbing II: Wijang Sakitri, S.Pd., M.Pd

Kata kunci: Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kelompok Teman Sebaya, Status Sosial Ekonomi Orangtua, Perilaku Konsumtif.

Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan kecenderungan matrealistik. Berdasarkan hasil observasi awal menunjukkan perilaku konsumtif pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2013 tergolong tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pemanfaatan teknologi informasi, kelompok teman sebaya dan status sosial ekonomi orangtua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2013, baik secara simultan maupun parsial

Populasi dalam penelitian ini mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2013 yang berjumlah 440 mahasiswa, dengan sampel penelitian 81 mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data berupa angket. Metode analisis yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini diperoleh persamaan regresi $Y = 1,525 + 0,791X_1 + 0,471X_2 + 0,073X_3$. Pemanfaatan teknologi informasi, kelompok teman sebaya dan status sosial ekonomi orangtua secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2013 dengan kontribusi 61,7%, secara parsial pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif sebesar 35,28%. Kelompok teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 12,11%, dan status sosial ekonomi orangtua tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2013.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan, terdapat pengaruh pemanfaatan teknologi informasi, kelompok teman sebaya dan status sosial ekonomi orangtua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2013 secara simultan. Secara parsial hanya status sosial ekonomi orangtua yang tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Saran yang berkaitan dengan penelitian ini bagi mahasiswa, untuk lebih mengontrol diri untuk tidak berperilaku konsumtif, sehingga mahasiswa dalam membelanjakan uangnya lebih mempertimbangkan prioritas kebutuhan bukan hanya keinginan.

ABSTRACT

Prakoso. Suryo Adi. 2017. *“The Effect of The Utilization of Information Technology, Peer Group, and Parents’ Socio-Economic Status on Students’ Consumptive Behavior (A Case Study on The Students of Economics Education, Semarang State University, The Academic Year of 2013)”*. Final Project. Economic Education. Faculty of Economics. Universitas Negeri Semarang. Advisor: Prof. Dr. Rusdarti, M.Si . Co Advisor: Wijang Sakitri, S.Pd., M.Pd

Keywords: Utilization of Information Technology, Peer Group, Parents’ Socio-Economic Status, Consumptive Behavior.

The consumptive behavior is a behavior in purchasing that is based on the desire that has been reaching irrational considerations instead of rational thinking. The results of preliminary observations show consumptive behavior to the students of Economics Education, Universitas Negeri Semarang in the academic year of 2013 is high. This study aims to describe the influence of the utilization of information technology, peer groups and parents’ socio-economic status on consumptive behavior of students of Economics Education, both simultaneously or partially.

The population of this study was 440 Economics Education students batch 2013 in Universitas Negeri Semarang, with a sample of 81 students. This study used a quantitative approach using questionnaires as the data collection method. The methods of analysis used in this research are descriptive statistics analysis and multiple linear regression analysis.

The result of this study is the regression equation $Y = 1,525 + 0,791X_1 + 0,471X_2 + 0,073X_3$. The utilization of information technology, peer group and parents’ socio-economic status simultaneously affect students’ consumptive behavior with a contribution of 61,7%. Partially, the utilization of information technology contributes 35,28% and peer groups affects 12,11%, however the socio-economic status of students’ parents does not affect student’s consumptive behavior.

Based on the research, it can be concluded that utilization of information technology, peer group and socio economic status of parents simultaneously affect student’s consumptive behavior. Partially, the socio-economic status of parents is the only factor which has no effect on students' consumptive behavior. The consumptive behavior should be minimized as soon as possible by planting strong moral values to the teenagers and also motivating them to have a responsibility in finance management. Parents should also play their important role in teaching their children to be a wise shopper so that they can select things that they really need to buy. At last, the most important thing is self control for not being consumptive. When one has a strong life principle, he will not be affected by the consumptive lifestyle around him.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN KELULUSAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
PRAKATA	vi
SARI	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Cakupan Masalah.....	11
1.4 Perumusan Masalah	12
1.5 Tujuan Penelitian	13
1.6 Kegunaan Penelitian	14
1.7 Orisinilitas Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN.....	18
2.1 <i>Grand Theory</i>	18
2.2 Perilaku Konsumtif	18
2.2.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	19
2.2.2 Indikator Perilaku Konsumtif	23
2.3 Pemanfaatan Teknologi Informasi	25
2.3.1 Indikator Pemanfaatan Teknologi Informasi	27
2.4 Kelompok Teman Sebaya	28

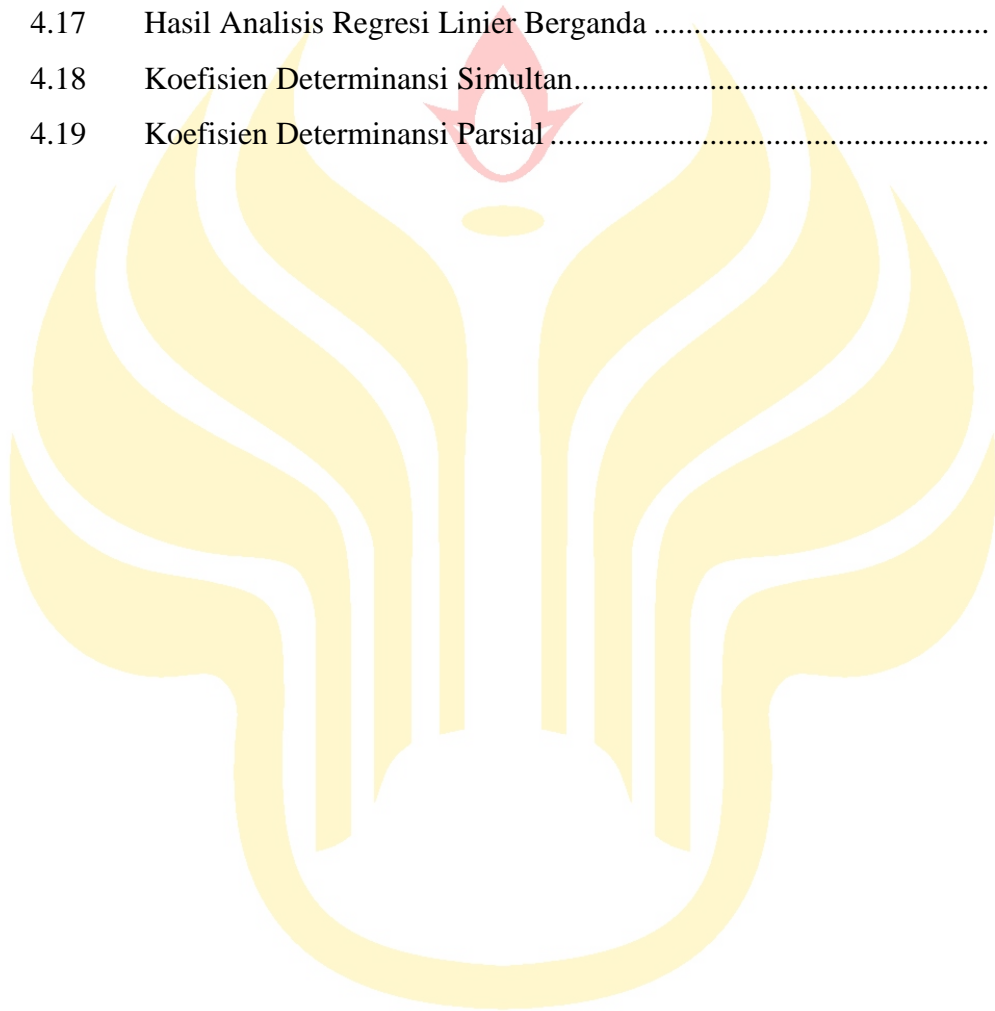
2.4.1 Fungsi Kelompok Teman Sebaya.....	29
2.4.2 Aspek-aspek Kelompok Teman Sebaya.....	30
2.4.3 Ciri-Ciri Kelompok Teman Sebaya.....	30
2.4.4 Indikator Kelompok Teman Sebaya.....	32
2.5 Status Sosial Ekonomi Orangtua	32
2.5.1 Indikator Status Sosial Ekonomi Orangtua	33
2.6 Kajian Penelitian Terdahulu	34
2.7 Kerangka Berpikir.....	41
2.8 Hipotesis Penelitian	46
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Jenis dan Desain Penelitian.....	47
3.2 Populasi.....	47
3.3 Sampel.....	47
3.4 Variabel Penelitian.....	50
3.5 Instrumen dan Uji Instrumen Penelitian	52
3.5.1 Instrumen Penelitian	52
3.5.2 Pengujian Validitas	53
3.5.3 Pengujian Reliabilitas	57
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.6.1 Kuesioner (Angket)	58
3.7 Teknik Pengolahan dan Analisa Data	58
3.7.1 Teknik Analisis Deskriptif	58
3.7.2 Teknik Analisis Regresi Berganda	61
3.7.3 Pengujian Hipotesis	61
3.7.4 Uji Asumsi Klasik	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1 Hasil Penelitian.....	65
4.1.1 Hasil Analisis Deskriptif	65
4.2 Uji Asumsi Klasik	72
4.2.1 Uji Normalitas	72
4.2.2 Uji Linearitas	74

4.2.3 Uji Multikolinearitas	75
4.2.4 Uji Heteroskedastisitas	77
4.3 Penguji Hipotesis	78
4.3.1 Uji Simultan (Uji F).....	78
4.3.2 Uji Parsial (Uji t)	78
4.3.3 Hasil Analisis Regresi Berganda	80
4.3.4 Hasil Koefisien Determinasi Simultan (R^2)	83
4.3.5 Hasil Koefisien Determinasi Parsial (r^2)	84
4.4 Pembahasan.....	85
4.4.1 Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	85
4.4.2 Pengaruh Kelompok Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.....	86
4.4.3 Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orangtua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	87
4.4.4 Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kelompok Teman Sebaya dan Status Sosial Ekonomi Orangtua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	89
4.5 Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian	89
BAB V PENUTUP.....	91
5.1 Simpulan.....	91
5.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1.1	Intensitas Belanja di Mall	2
1.2	Intensitas Berkumpul di Cafe.....	3
1.3	Penggunaan Uang Saku Mahasiswa	5
1.4	Faktor Penyebab Mahasiswa Konsumtif	6
1.5	Pembelian Barang Branded	7
3.1	Jumlah Sampel Masing-masing Prodi	49
3.2	Skala Likert	52
3.3	Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif Mahasiswa.....	54
3.4	Hasil Uji Validitas Pemanfaatan Teknologi Informasi.....	55
3.5	Hasil Uji Validitas Kelompok Teman Sebaya.....	56
3.6	Hasil Uji Validitas Status Sosial Ekonomi Orangtua	56
3.7	Hasil Uji Reliabilitas	57
3.8	Kriteria Indikator Perilaku Konsumtif.....	59
3.9	Kriteria Indikator Pemanfaatan Teknologi Informasi	59
3.10	Kriteria Indikator Kelompok Teman Sebaya.....	60
3.11	Kriteria Indikator Status Sosial Ekonomi Orangtua	61
4.1	Statistik Deskriptif Perilaku Konsumtif	66
4.2	Deskripsi Variabel Perilaku Konsumtif.....	67
4.3	Statistik Deskriptif Pemanfaatan Teknologi Informasi	68
4.4	Deskripsi Variabel Pemanfaatan Teknologi Informasi	68
4.5	Statistik Deskriptif Kelompok Teman Sebaya	69
4.6	Deskripsi Variabel Kelompok Teman Sebaya.....	70
4.7	Statistik Deskriptif Status Sosial Ekonomi Orangtua.....	71
4.8	Deskripsi Variabel Status Sosial Ekonomi Orangtua	71
4.9	Hasil Uji Normalitas dengan <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	72
4.10	Hasil Uji Linieritas Pemanfaatan Teknologi Informasi.....	74
4.11	Hasil Uji Linieritas Kelompok Teman Sebaya.....	74
4.12	Hasil Uji Linieritas Status Sosial Ekonomi Orangtua	75
4.13	Hasil Uji Multikolonieritas	76

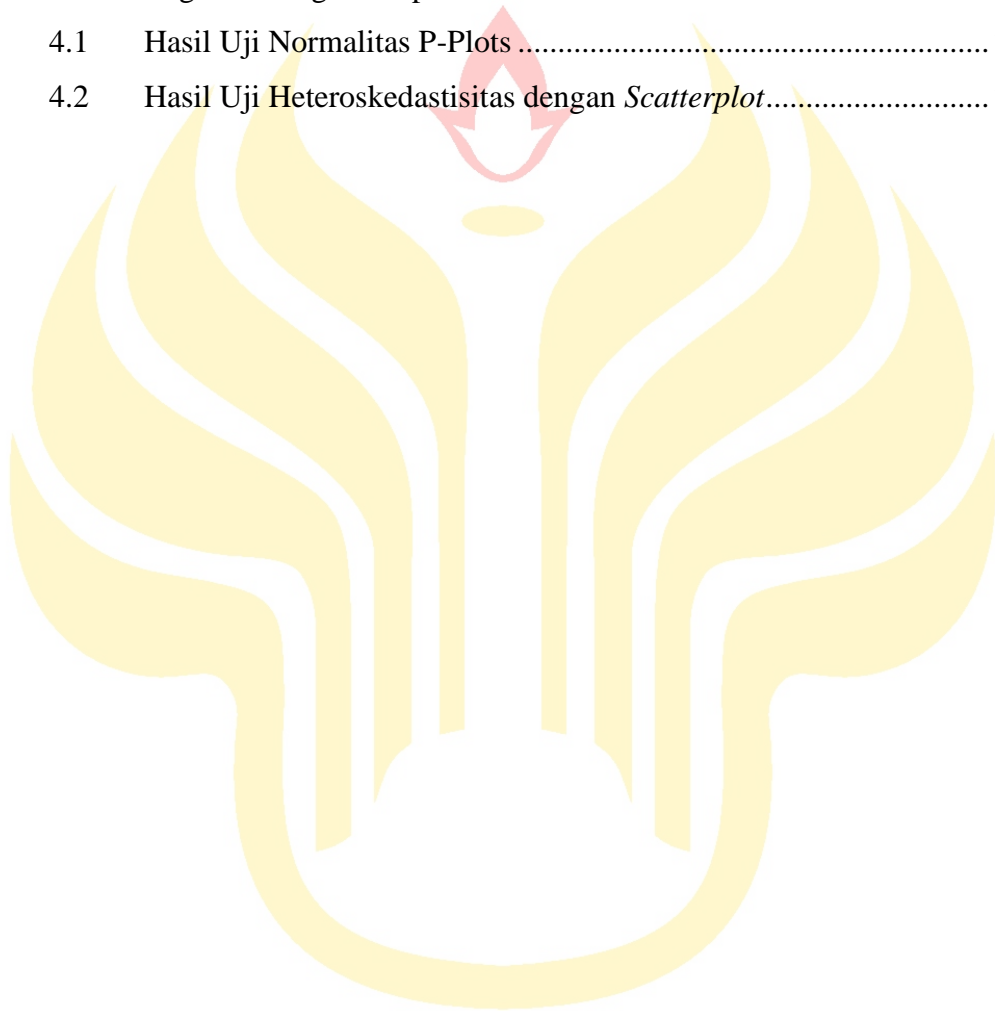
4.14	Hasil Hasil Perhitungan Nilai Tolerance).....	76
4.15	Hasil Uji Uji F (Uji Simultan).....	78
4.16	Hasil Uji t (Uji Parsial).....	79
4.17	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	80
4.18	Koefisien Determinansi Simultan.....	83
4.19	Koefisien Determinansi Parsial	84



UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Bagan Kerangka Berpikir	45
4.1 Hasil Uji Normalitas P-Plots	73
4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan <i>Scatterplot</i>	77



UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
1	Observasi Awal	98
2	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	106
3	Angket Uji Coba Penelitian	107
4	Uji Validitas.....	111
5	Uji Reliabilitas	115
6	Angket Penelitian	119
7	Tabulasi Data Penelitian.....	124
8	Analisis Statistik Diskriptif	128
9	Uji Asumsi Klasik	132
10	Uji Regresi.....	137
11	Daftar Nama Responden Uji Coba Instrumen Penelitian.....	139
12	Surat Perijinan	140



UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kehidupan mahasiswa tidak lepas dari aktivitas konsumsi, karena pada dasarnya manusia memiliki berbagai tuntutan kebutuhan untuk menunjang proses kehidupan. Kegiatan konsumsi dapat menimbulkan permasalahan ketika mahasiswa lebih mendahulukan keinginan dibandingkan dengan kebutuhan. Sehingga sering kali mereka mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan, atau dapat dikatakan sebagai perilaku konsumtif (Sembiring, 2008:2). Sekarang ini perilaku konsumtif akan sangat mudah menjangkiti setiap orang termasuk juga mahasiswa. Mahasiswa merupakan salah satu kelompok sosial yang rentan terhadap perubahan pola konsumsi. Budaya konsumtif yang ada pada mahasiswa tentunya tidak terlepas dari watak manusia sebagai makhluk yang hedonis dimana memiliki rasa tidak puas akan segala sesuatu yang telah dimiliki. Perilaku konsumtif pada mahasiswa berkembang menjadi sebuah gaya hidup tersendiri. Hal ini dipengaruhi oleh kebutuhan mahasiswa yang semakin banyak serta munculnya gengsi terhadap masyarakat dan mahasiswa lainnya. Bagi kebanyakan mahasiswa, menganut gaya hidup konsumtif seperti ini merupakan cara yang paling tepat untuk dapat ikut masuk ke dalam kehidupan kelompok sosial yang diidamkan. Sembiring (2008: 5) menyatakan, keinginan ini cenderung menjadi kebutuhan semu, dalam memenuhi kebutuhan semu biasanya orang tidak tahu mengapa ia membutuhkannya.

Mahasiswa adalah salah satu pasar yang potensial bagi produsen. Alasannya antara lain karena pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja. Di samping itu, mahasiswa biasanya mudah terbuju rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman sebayanya, tidak realistis, dan boros dalam menggunakan uang sakunya.

Perilaku konsumtif pada mahasiswa saat ini bukan lagi fenomena yang langka. Fenomena konsumtif mahasiswa dapat tercermin dari cara berpakaian dan berpenampilan modis yang terkadang terlihat berlebihan di kampus, juga dapat dilihat dari gaya hidup dengan seringnya berkumpul di cafe, dan juga belanja di pusat-pusat perbelanjaan modern (*mall*). Mahasiswa ingin menunjukkan diri bahwa mereka juga dapat mengikuti mode terkini padahal mode selalu berubah, sehingga para remaja tidak pernah puas dengan apa yang dimilikinya, sehingga menyebabkan mereka mengkonsumsi barang dan jasa tanpa berpikir panjang (Dikria, 2016). Hal ini sesuai dengan hasil observasi awal mengenai intensitas berpergian mahasiswa ke *mall* dan cafe dalam sebulan.

Tabel 1.1
Intensitas Belanja di Mall

No	Intensitas dalam sebulan	Frekuensi	Persentase
1	Tidak Pernah	6	20%
2	1 kali	13	43,3%
3	>2 kali	11	36,7%
	Jumlah	30	100%

Sumber: Hasil Observasi awal diolah tahun 2017

Tabel 1.2
Intensitas Berkumpul di Cafe

No	Intensitas dalam sebulan	Frekuensi	Persentase
1	Tidak Pernah	7	23,3%
2	1 kali	9	30%
3	>2 kali	14	46,7%
Jumlah		30	100%

Sumber: Hasil Observasi awal diolah tahun 2017

Gaya hidup konsumtif mendorong mahasiswa untuk mendapatkan sesuatu secara instan dan cepat. Perilaku konsumtif tanpa disadari sudah menjadi budaya dan akan menjadi penyakit sosial yang berpotensi menciptakan masyarakat individualis dan materialistis, bahkan mengarah ke hedonisme.

Mahasiswa sendiri tergolong bukan angkatan kerja karena mahasiswa termasuk pelajar yang tidak mencari kerja (pengangguran) ataupun sedang bekerja melainkan mereka bersekolah, sehingga mahasiswa tidak memiliki pendapatan permanen sendiri. Pendapatan mahasiswa dapat berasal dari uang saku dari orang tua, dan beasiswa (jika penerima beasiswa).

Perilaku konsumtif mahasiswa menarik untuk diteliti mengingat perilaku konsumtif juga banyak melanda kehidupan mahasiswa di Universitas Negeri Semarang. Banyak sekali penyebab mahasiswa berperilaku konsumtif salah satunya adalah karena perubahan lingkungan yaitu dari lingkungan keluarga menjadi lingkungan kampus yang memiliki bermacam budaya. Penyebab lain yaitu dikarenakan di lingkungan kampus mahasiswa bertemu mahasiswa lain yang memiliki tingkat ekonomi lebih tinggi atau dapat dikatakan lebih mampu, pergaulan dan pola pikir yang baru, pengetahuan teknologi dan informasi yang lebih maju,

dan beberapa penyebab lainnya. Hal tersebut menyebabkan cara hidup mahasiswa berubah mulai dari cara mereka berpakaian, bersosialisasi, dan berbagai kegiatan lainnya yang dapat mempengaruhi tingkat konsumtif, hal ini dilakukan mahasiswa supaya dirinya dapat diterima dilingkungannya. Pola konsumsi yang dilakukan oleh para mahasiswa, semata-mata bukan karena produk tersebut memang dibutuhkan, namun perilaku membeli dilakukan karena alasan-alasan lain, seperti mengikuti arus mode, ingin mencoba produk baru, mengikuti idola, ataupun untuk memperoleh pengakuan sosial.

Pola konsumsi mahasiswa seperti ini mengakibatkan mahasiswa menyampikan kebutuhan dan lebih mementingkan keinginan. Solomon (dalam Nurfarika, 2015) menyatakan, kebutuhan adalah dorongan biologis dasar yang harus dipenuhi untuk mempertahankan kelangsungan hidup, sedangkan keinginan menggambarkan hasrat manusia yang berkaitan dengan kepuasan sementara.

Fenomena perilaku konsumtif menjadikan pola pikir mahasiswa menjadi kurang realistis dalam membelajakan uangnya. Para mahasiswa lebih mementingkan uang sakunya untuk membeli berbagai macam barang bermerk untuk mengikuti *trend* terkini dan diakui oleh teman-temannya dibanding untuk membeli perlengkapan kampus yang lebih penting seperti buku-buku pendukung perkuliahan. Hal tersebut diperkuat dengan observasi awal peneliti kepada 30 mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi angkatan 2013 di Universitas Negeri Semarang menunjukkan bahwa 22 mahasiswa atau 73,3% lebih memilih uang sakunya untuk membeli barang bermerk mengikuti *trend* terkini daripada untuk membeli buku atau perlengkapan kuliah.

Tabel 1.3
Penggunaan Uang Saku Mahasiswa

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Buku perlengkapan kuliah	8	26,7%
2	Barang <i>branded</i>	22	73,3%

Sumber: Hasil Observasi awal diolah tahun 2017

Banyak faktor yang menyebabkan mahasiswa berperilaku konsumtif, baik faktor *internal* maupun faktor *eksternal*. Faktor *internal* penyebab mahasiswa melakukan perilaku konsumtif antara lain yaitu motivasi, proses belajar dan pengalaman, keperibadian dan konsep diri, keadaan ekonomi, gaya hidup dan sikap. Sedangkan faktor *eksternal* meliputi kebudayaan, kelas sosial, keluarga dan kelompok acuan.

Perilaku konsumtif pada mahasiswa seharusnya segera diatasi, hal ini dikarenakan perilaku konsumtif adalah salah satu penyebab semakin tingginya angka kemiskinan di Indonesia. Perilaku konsumtif termasuk sebagai faktor penyebab kemiskinan kultural. Rusdarti (2013) menyatakan kemiskinan kultural mengacu kepada sikap masyarakat yang disebabkan oleh gaya hidup, kebiasaan hidup dan budayanya.

Kampus yang seharusnya menjadi tempat dimana para mahasiswa mencari ilmu dan pengetahuan terkadang dijadikan tempat untuk berlomba-lomba memamerkan apa yang mereka miliki (Gumulya, 2013). Ketika banyak mahasiswa menerapkan gaya hidup konsumtif, kehidupan di kampus semakin jauh dari fungsi kampus yang sebenarnya.

Dalam bergaul dengan suatu kelompok sosial maupun di lingkungan sekitar, mahasiswa tidak harus menyesuaikan perilaku teman-temannya ataupun orang lain,

mahasiswa diharapkan mampu menerima dan memandang bagaimana keadaan dirinya serta mampu bergaul dengan siapapun, dimanapun tanpa memandang dari mana individu berasal, bagaimana status sosial individu dan dari segi ekonomi individu.

Berdasarkan fenomena-fenomena di atas peneliti tertarik untuk meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan 2013. Untuk menduga penyebab perilaku konsumtif mahasiswa, peneliti melakukan observasi kepada beberapa mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan 2013. Hasil observasi mengarah pada temuan masalah perilaku konsumtif mahasiswa yang diduga disebabkan oleh teknologi informasi, status sosial ekonomi orangtua dan teman sebaya. Jadi faktor-faktor yang digunakan sebagai variabel bebas dalam penelitian ini yaitu pemanfaatan teknologi informasi, kelompok teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua. Peneliti memilih tiga variabel bebas tersebut juga dikarenakan variabel tersebut mewakili faktor-faktor *internal* dan *eksternal* serta pemilihan variabel bebas tersebut diperkuat dengan observasi awal peneliti kepada 22 mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi angkatan 2013 di Universitas Negeri Semarang yang berperilaku konsumtif.

Tabel 1.4
Faktor Penyebab Mahasiswa Konsumtif

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Terpengaruh iklan/media sosial	10	45%
2	Mengikuti teman	5	22,7%
3	Uang saku dari orangtua	5	22,7%
4	Alasan lain	2	9,1%

Sumber : Hasil Observasi awal diolah tahun 2017

Dipilihnya mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi dikarenakan pertimbangan bahwa mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi mendapatkan porsi pembelajaran ilmu ekonomi, manajemen dan akuntansi yang memadai serta mereka di persiapkan sebagai calon guru ekonomi, dengan ini mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi memiliki kewajiban dalam mendidik kepada siswa salah satunya mengenai mengatur perekonomian pribadi. Dan dipilihnya mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2013 dikarenakan mahasiswa angkatan 2013 telah menempuh semua mata kuliah, dengan ini mahasiswa angkatan 2013 memiliki *literacy* ekonomi cukup baik dan seharusnya memiliki kemampuan dalam mengatur keuangan peribadinya. Tetapi kenyataannya selama ini, mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi angkatan 2013 di Universitas Negeri Semarang masih banyak yang menerapkan perilaku konsumtif, baik konsumtif dalam berpakaian, kosmetik, *gadget* dan lain sebagainya. Hal ini dibuktikan dengan observasi awal peneliti kepada 22 mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2013 di Universitas Negeri Semarang yang memilih membeli barang *branded* dari pada untuk membeli buku atau perlengkapan kuliah.

Tabel 1.5
Pembelian Barang *Branded*

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sepatu	7	31,8%
2	Baju	5	22,7%
3	Tas	2	9,1%
4	<i>Gadget</i>	3	13,6%
5	<i>Make up</i>	5	22,7%

Sumber : Hasil Observasi awal diolah tahun 2017

Penggunaan variabel pemanfaatan teknologi informasi, kelompok teman sebaya dan status sosial ekonomi orangtua yang diduga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan 2013 diperkuat dengan penelitian terdahulu seperti penelitian yang dilakukan oleh Sipunga (2014) dengan judul “Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja Di Tinjau Dari Pendapatan Orang Tua Pada Siswa-Siswi SMA Kesatrian 2 Semarang”. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu status sosial ekonomi orang tua orang tua tentu sangat berpengaruh terhadap perilaku membeli pada remaja, karena semakin tinggi pendapatan orang tua maka semakin besar kesempatan untuk membelanjakan uang pemberian dari orang tua, begitu pula sebaliknya. Semakin rendah pendapatan orang tua maka semakin kecil kesempatan untuk membelanjakan uang hasil pemberian orang tua. Penelitian yang dilakukan oleh Nurfarika (2015) dengan judul “Pengaruh Persepsi Tentang Peran Orang Tua, Peer Group Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas X IIS Dan XI IIS di SMA Negeri 7 Semarang Tahun Ajaran 2014/2015”. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu ada pengaruh positif peer group terhadap perilaku konsumtif siswa kelas X IIS dan XI IIS SMAN 7 Semarang Tahun Ajaran 2014/2015 secara parsial sebesar 40,70%. . Penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2015) dengan judul “Pengaruh Teknologi Informasi, Teman Sebaya, dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 6 Malang”. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu diperoleh empat kesimpulan sebagai berikut: (1) terdapat pengaruh yang signifikan antara teknologi informasi terhadap perilaku konsumtif. (2) terdapat pengaruh yang signifikan antara

teman sebaya terhadap perilaku konsumtif siswa. (3) terdapat pengaruh yang signifikan antara status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa. (4) terdapat pengaruh yang simultan antara teknologi informasi, teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif .



UNNES

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasi masalah yang terkait dengan penelitian ini antara lain :

1. Minat mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi angkatan 2013 di Universitas Negeri Semarang untuk membeli buku atau perlengkapan kuliah sangat rendah terlihat dengan 73,3% mahasiswa lebih memilih uang sakunya untuk membeli barang bermerk mengikuti trend terkini daripada untuk membeli buku atau perlengkapan kuliah
2. Kalangan mahasiswa merupakan salah satu kelompok sosial dalam masyarakat yang rentan terhadap pengaruh gaya hidup, *trend*, dan *mode* yang sedang berlaku. Sehingga mendorong mahasiswa untuk berperilaku konsumtif
3. Terjadi pergeseran makna konsumsi mahasiswa pada suatu barang yakni bukan karena manfaat atau kebutuhan namun menjadi sebuah alat pemuas keinginan.
4. Keinginan supaya dapat diterima di lingkungan teman sebaya telah menyebabkan mahasiswa jurusan pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Semarang berperilaku konsumtif.
5. Kehadiran teknologi informasi seperti media sosial kerap memberikan perubahan pola konsumsi mahasiswa serta turut mendukung terbentuknya realitas semu mengenai standar konsumsi

6. Perilaku konsumtif menyebabkan mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi di Universitas Negeri Semarang merasa uang saku yang diberikan orangtua masih kurang untuk memenuhi kebutuhannya

1.3 Cakupan Masalah Penelitian

Agar penulisan skripsi ini tidak menyimpang dari tujuan yang semula direncanakan sehingga mempermudah mendapatkan data dan informasi yang diperlukan, maka penulis menetapkan batasan-batasan sebagai berikut:

1. Perilaku konsumtif mahasiswa berkaitan dengan kecenderungan mahasiswa untuk melakukan konsumsi tiada batas, membeli sesuatu yang berlebihan dan membelanjakan uang sakunya secara tidak realistis.
2. Pemanfaatan teknologi informasi dalam penelitian ini berkaitan dengan penggunaan media informasi, dalam hal ini termasuk juga media sosial dan jejaring sosial.
3. Kelompok teman sebaya dalam penelitian ini berkaitan dengan interaksi antara mahasiswa dengan mahasiswa lain.
4. Status sosial ekonomi orang tua adalah gambaran tentang keadaan orang tua yang ditinjau dari segi sosial ekonomi, hal ini mencakup antarlain tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, tingkat pendapatan dan pemberian uang saku pada mahasiswa.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana pemanfaatan teknologi informasi, kelompok teman sebaya, status sosial ekonomi orang tua dan perilaku konsumtif pada mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi di Universitas Negeri Semarang angkatan 2013?
2. Apakah pemanfaatan teknologi informasi secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan 2013?
3. Apakah kelompok teman sebaya secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan 2013?
4. Apakah status sosial ekonomi orangtua secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan 2013?
5. Apakah pemanfaatan teknologi informasi, kelompok teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan 2013?

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendiskripsikan pemanfaatan teknologi informasi, kelompok teman sebaya, status sosial ekonomi orang tua dan perilaku konsumtif pada mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan 2013.
2. Menganalisis pengaruh pemanfaatan teknologi informasi secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan 2013.
3. Menganalisis pengaruh kelompok teman sebaya secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan 2013.
4. Menganalisis pengaruh status sosial ekonomi orangtua secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan 2013.
5. Menganalisis pengaruh pemanfaatan teknologi informasi, kelompok teman sebaya dan status sosial ekonomi orangtua secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan 2013.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

1.6 Kegunaan Penelitian

Mengacu pada permasalahannya dan tujuannya, diharapkan skripsi ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan

- a. Memperkaya khasanah pustaka, khususnya tentang pengaruh pemanfaatan teknologi informasi, kelompok teman sebaya dan status sosial ekonomi orangtua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa
- b. Dipergunakan sebagai pembandingan untuk penelitian selanjutnya, baik dalam metode, model, cara analisis maupun hasil penelitiannya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Tambahan informasi dalam upaya mengatasi perilaku konsumtif. Dapat memberikan tambahan wawasan dalam menempatkan diri dilingkungan kampus.

b. Bagi Orangtua Mahasiswa

Memperoleh pengetahuan yang lebih jelas mengenai perilaku konsumtif mahasiswa, sehingga dapat digunakan sebagai acuan untuk mengatasi perilaku konsumtif pada sang anak.

1.7 Orisinilitas Penelitian

Untuk mengetahui sub-kajian yang sudah ataupun belum diteliti pada penelitian sebelumnya, maka perlu adanya upaya komparasi (perbandingan), apakah terdapat unsur-unsur perbedaan ataupun persamaan dengan konteks penelitian ini. Dari penelitian terdahulu mengenai perilaku konsumtif, lebih banyak menggunakan sudut pandang dari mahasiswa psikologi. Penelitian ini mengkaji perilaku konsumtif dari sudut pandang peneliti yang notabenehnya mahasiswa pendidikan ekonomi. Partisipan dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi angkatan 2013 di Universitas Negeri Semarang (Unnes), yang pada dasarnya memiliki pengetahuan dalam mengatur keuangan. Akan tetapi di zaman yang serba modern ini banyak ditemui mahasiswa pendidikan ekonomi yang masih berperilaku konsumtif. Hal ini terbukti dari hasil observasi awal peneliti melalui kuesioner, dan cukup banyak mahasiswa pendidikan ekonomi lebih memilih menggunakan uangnya untuk membeli barang *branded* dari pada untuk membeli buku keperluan perkuliahan.

Perbandingan dengan penelitian sebelumnya yang mengkaji perilaku konsumtif:

- a. Chrisnawati (2011) dengan jurnal berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian (Studi Kasus Pada Remaja Berstatus Sosial Ekonomi Rendah). Persamaan dengan penelitian tersebut berkaitan dengan fokus penelitian pada faktor perilaku konsumtif, sedangkan perbedaannya berkaitan dengan subjek penelitian,

lokasi penelitian, perilaku konsumtif dalam penelitian tersebut dibatasi hanya pada produk pakaian, dan metode penelitian yang digunakan.

- b. Enrico (2014) dengan jurnal berjudul *The Factors That Influenced Consumptive Behavior: A Survey Of University Students In Jakarta*. Persamaan dengan penelitian tersebut berkaitan dengan Fokus penelitian pada faktor perilaku konsumtif pada mahasiswa, metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaannya berkaitan dengan lokasi penelitian.
- c. Wulandari (2015) dengan jurnal berjudul Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa. Persamaan dengan penelitian tersebut berkaitan dengan fokus penelitian pada faktor perilaku konsumtif pada mahasiswa, metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaannya berkaitan dengan cakupan penelitian hanya mengenai pengaruh pendidikan ekonomi keluarga.
- d. Yalinda (2016) dengan jurnal berjudul Faktor Yang Mendorong Perilaku Konsumtif Siswa SMA di Surabaya (Studi Kasus di Pusat Perbelanjaan Darma Trade Center Surabaya). Persamaan dengan penelitian tersebut berkaitan dengan fokus penelitian pada faktor perilaku konsumtif, metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaannya berkaitan dengan subjek penelitian dan lokasi penelitian.
- e. Dikria (2016) dengan jurnal berjudul Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang

Angkatan 2013. Persamaan dengan penelitian tersebut berkaitan fokus penelitian pada faktor perilaku konsumtif, metode Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaannya berkaitan cakupan penelitian hanya mengenai pengaruh literasi keuangan dan pengendalian diri.

Orisinilitas penelitian berkaitan dengan kajian penelitian lebih berfokus di bidang ekonomi bukan psikologi, dan lokasi penelitian adalah mahasiswa pendidikan ekonomi di Universitas Negeri Semarang.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

2.1 *Grand Theory*

Theory of Planned Behavior yang sering disebut dengan TPB diusung pertama kali oleh Icek Ajzen pada tahun 1985 melalui artikel yang berjudul *From Intention To Action: A Theory Of Planned Behavior*. Ajzen menemukan bahwa sebelum behavior (b) manifest nyata, terdapat variabel *intention* yang mendahuluinya. TPB merupakan penyempurnaan dari teori sebelumnya yaitu Theory of Reasoned Action. TPB seperti dikemukakan Ajzen (dalam Sumarwan, 2011:187) menyatakan bahwa perilaku manusia terlebih dahulu dipengaruhi oleh minat (*behavior intenstion*). Minat akan dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma objektif (*subjective norms*), dan kontrol perilaku (*percieved behavioral control*) yaitu bagaimana konsumen memiliki persepsi terhadap pengendalian perilaku.

2.2 Perilaku Konsumtif

Konsumtif didefinisikan bersifat konsumsi (hanya memakai, tidak menghasilkan sendiri). Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan matrealistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah dan berlebihan dan penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata (Wahyudi, 2013).

Echols dan Shadly (dalam Yalinda, 2016) hal mengemukakan bahwa perilaku konsumtif merupakan bentuk kata sifat yang berasal dari “*consumer*” yang berarti

memakai produk, baik barang-barang industri maupun jasa. Konsumtif berarti bersifat mengkonsumsi barang secara berlebihan.

Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai tindakan membeli barang dengan pertimbangan emosional atau yang diistilahkan dengan (perilaku konsumtif) adalah perilaku membeli yang lebih didominasi oleh keinginan-keinginan di luar kebutuhan dan hanya untuk memenuhi hasrat semata (Gumulya, 2013).

2.2.1 Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif menurut Engel (dalam Chrisnawati, 2011):

1) Faktor internal, terdiri atas:

(a) Motivasi

Mc Donal (dalam Hamalik, 2009:106) merumuskan, bahwa "*Motivation is an energy change within the person characterized ny affectuve arausal and anticipatory goal reaction*", yang diartikan, bahwa motivasi adalah suatu perubahan energi dalam diri (pribadi) seseorang yang ditandai dengan timbulnya perasaan dan reaksi untuk mencapai tujuan. Dalam rumusan tersebut ada tiga unsur yang saling berkaitan, ialah sebagai berikut :

- a. Motivasi dimulai dan adanya perubahan dalam diri, perubahan tersebut tersebut terjadi disebabkan oleh perubahan tertentu pada sistem neurofisiologis dalam organnisme manusia, misalnya karena terjadinya perubahan dalam sistem pencernaan, maka timbul motif lapar. Di samping itu, ada juga perubahan energi yang tidak di ketahui.

b. Motivasi ditandai oleh timbulnya perasaan (*affective arousal*)

Mula-mula berupa ketegangan psikologis, lalu berupa suasana emosi, Suasana emosi ini menimbulkan tingkah laku yang bermotif. Perubahan ini dapat diamati pada perbuatannya. Contoh : seseorang terlibat dalam suatu diskusi, dia tertarik pada masalah yang sedang dibicarakan, karenanya dia bersuara/mengemukakan pendapatnya dengan kata-kata yang lancar dan cepat.

c. Motivasi ditandai oleh reaksi-reaksi untuk mencapai tujuan pribadi yang bermotivasi memberikan respons-respons ke arah satu tujuan tertentu. Respon-respon itu berfungsi mengurangi ketegangan yang disebabkan oleh perubahan energi dalam dirinya tiap respons merupakan suatu langkah kearah mencapai tujuan. Contoh : si A ingin mendapat hadiah, maka ia belajar misalnya mengikuti ceramah, bertanya, membaca, buku, menempuh tes dan sebagainya.

(b) Proses Belajar dan Pengalaman

Konsumen mengamati dan mempelajari stimulus yang berupa informasi-informasi yang diperolehnya. Hasil dari pengamatan dan proses belajar tersebut dipakai konsumen sebagai referensi untuk membuat keputusan dalam pembelian.

(c) Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian merupakan pola perilaku menetap atau konsisten pada seseorang atau individu.

(d) Keadaan ekonomi

Keputusan pembelian atau pemilihan terhadap suatu produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang. Orang yang memiliki ekonomi rendah akan menggunakan uangnya secara cermat dibandingkan orang yang berkecukupan tinggi (Chrisnawati, 2011)

(e) Gaya hidup

Gaya hidup merupakan pola konsumsi yang merefleksikan pilihan seseorang tentang bagaimana individu tersebut menghabiskan waktu dan uang.

(f) Sikap

Dalam arti yang sempit sikap adalah pandangan atau kecenderungan mental. Menurut Bruno (dalam Syah, 2010:118), sikap (*attitude*) adalah kecenderungan yang relatif menetap untuk bereaksi dengan cara baik atau buruk terhadap orang atau barang tertentu.

2) Faktor eksternal terdiri atas:

(a) Faktor kebudayaan

Kebudayaan merupakan pola-pola perilaku yang disadari, diakui dan dimiliki bersama serta berlangsung dalam kelompok, baik kelompok besar maupun kelompok kecil (Chrisnawati, 2011)

(b) Faktor kelas sosial

Kelas sosial merupakan kelompok-kelompok relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun dalam suatu hierarki dan keanggotaannya mempunyai sistem nilai, minat dan perilaku yang serupa (Chrisnawati, 2011)

(c) Faktor keluarga

Keluarga memegang peranan terbesar dan terutama dalam pembentukan individu. Hal ini dikarenakan keluarga adalah awal pendidikan didapatkan.

(d) Kelompok acuan

Merupakan suatu kelompok orang yang mempengaruhi sikap, pendapat, norma dan perilaku konsumen (Chrisnawati, 2011).

Ada berbagai macam faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif yang telah dipaparkan di atas. Adapun dalam penelitian ini berfokus pada faktor-faktor turunan sebagai penyebab mahasiswa berperilaku konsumtif, yaitu:

a. Pemanfaatan Teknologi Informasi

Berkaitan dengan penggunaan teknologi informasi dalam kehidupan sehari-hari untuk mempermudah mendapatkan informasi yang dicari.

b. Status Sosial Ekonomi Orang Tua

Status sosial ekonomi dalam penelitian ini adalah kondisi suatu keluarga atau orang tua yang diukur dengan tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, pemilikan kekayaan atau fasilitas serta jenis pekerjaan.

c. Intensitas Pergaulan dengan Teman Sebaya

Dalam penelitian ini intensitas pergaulan dengan teman sebaya berkaitan dengan seberapa sering mahasiswa bersosialisasi dengan teman sebaya.

2.2.2 Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (2002:119) indikator perilaku konsumtif yaitu :

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah.
2. Membeli produk karena kemasannya menarik.
3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.
4. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar
5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.
6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.
7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal
8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

Solomon (dalam Nurfarika, 2015) menyatakan ciri-ciri perilaku negatif dari konsumen adalah sebagai berikut:

1. Perilaku pembelian tidak dilandasi pertimbangan yang matang

Dalam melakukan pembelian tidak menggunakan skala prioritas, melainkan karena tergiur dengan produk tersebut. Misalnya karena iming-iming hadiah, kemasan yang menarik, teman (konformitas), dan keinginan mencoba produk baru.

2. Kepuasan yang diperoleh dari pembelian tersebut bersifat sementara. Pembelian dilakukan karena untuk memenuhi kebutuhan namun untuk memenuhi keinginan. Misalnya karena gengsi atau status sosial, tren, harga yang mahal (mewah), dan rasa percaya diri.
3. Konsumen mengalami penyesalan atau merasa bersalah setelah pembelian.
Konsumen yang sudah terlanjur membelanjakan uangnya dan baru menyadari bahwa barang yang dibelinya tidak sesuai dengan apa yang dibutuhkan.

Sembiring (2008:2) menyatakan ciri-ciri konsumen yang konsumtif adalah sebagai berikut:

- 1) Tidak mempertimbangkan fungsi atau kegunaan ketika membeli barang, hanya mempertimbangkan prestise yang melekat pada barang tersebut.
- 2) Mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan.
- 3) Mendahulukan keinginan daripada kebutuhan
- 4) Tidak ada skala prioritas.

Berdasarkan kajian pustaka diatas maka perilaku konsumtif dalam penelitian ini berkaitan dengan kecenderungan mahasiswa mengkonsumsi tiada batas dan lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan. Dalam penelitian ini indikator yang digunakan untuk menjelaskan perilaku konsumtif yaitu 1) tidak mempertimbangkan fungsi atau kegunaan ketika membeli barang 2) mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan 3) mendahulukan keinginan daripada kebutuhan 4) tidak ada skala prioritas.

2.3 Pemanfaatan Teknologi Informasi

Teknologi Informasi adalah istilah umum untuk teknologi yang membantu manusia dalam membuat, mengubah, menyimpan mengomunikasikan dan/atau menyebarkan informasi. Teknologi informasi menyatukan komputerisasi dan komunikasi berkecepatan tinggi untuk data, suara, dan video. Contoh dari Teknologi Informasi bukan hanya berupa komputer pribadi, tetapi juga telepon, TV, peralatan rumah tangga elektronik, dan peranti genggam modern misalnya ponsel. Istilah teknologi informasi dilihat dari kata penyusunnya adalah teknologi dan informasi. Kata teknologi bermakna pengembangan dan penerapan berbagai peralatan atau sistem untuk menyelesaikan persoalan-persoalan yang dihadapi oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari, kata teknologi berdekatan artinya dengan istilah tata cara.

Perkembangan teknologi semakin modern dan cepat. Setiap orang tidak dapat menghindar dari kemajuan teknologi, teknologi meliputi dalam segala aspek kehidupan, teknologi diciptakan untuk memudahkan pekerjaan manusia. Saat ini teknologi informasi adalah bidang teknologi yang berkembang paling pesat.

Berikut pengertian teknologi informasi menurut para ahli (Dalam Kadir, 2003:2):

Haag dan Keen (1996) menyatakan teknologi informasi adalah seperangkat alat yang membantu anda bekerja dengan informasi melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan pemrosesan informasi. Martin (1999) menyatakan teknologi informasi tidak hanya terbatas pada teknologi komputer (perangkat keras dan perangkat lunak) yang digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, melainkan juga mencakup teknologi komunikasi untuk mengirim informasi. Williams dan Sawyer (2003) menyatakan teknologi informasi adalah teknologi yang menggabungkan komputer dengan jalur komunikasi berkecepatan tinggi yang membawa data, suara dan video.

Teknologi informasi tidak hanya sekedar teknologi komputer, tetapi juga mencakup teknologi telekomunikasi. Sehingga dapat dikatakan bahwa teknologi informasi adalah segala cara atau alat yang terintegrasi yang digunakan untuk menjangkau data, mengolah dan mengirimkan atau menyajikan secara elektronik menjadi informasi dalam berbagai format yang bermanfaat bagi pemakainya.

Peran teknologi mempunyai kaitan yang erat dalam bidang informasi dan komunikasi. Dalam teknologi informasi yang banyak digunakan adalah *gadget* atau *smartphone* serta internet yang banyak mempermudah manusia dalam mencari sumber informasi dan berkomunikasi dengan orang lain. Melalui sarana-sarana yang ada dalam internet kita dapat memperoleh informasi dengan mudah, praktis dan cepat sehingga tidak membuang waktu. Peranan teknologi informasi dalam bidang komunikasi sangatlah besar, karena dalam adanya informasi yang mendukung, akan terciptalah komunikasi yang efektif, dan dengan adanya kemajuan dari kedua bidang tersebut maka akan mempengaruhi pola kehidupan. Hal ini dikarenakan kemudahan dan kecepatan memperoleh, serta menyebarkan informasi bukan hanya berlangsung dalam dunia ilmu melainkan juga dalam segi-segi lain dari kehidupan salah satunya berkaitan dengan pola konsumsi.

Dalam kehidupan modern teknologi informasi merupakan sektor paling dominan, teknologi informasi banyak berperan diberbagai bidang, terutama dalam mempengaruhi pola konsumsi masyarakat. Teknologi informasi banyak mempengaruhi setiap pola kehidupan, mengubah cara pandang individu. Teknologi informasi menyebabkan komunikasi jarak jauh dapat dilakukan dengan mudah. Dan juga menyebabkan informasi tentang jenis produk, *trend* terkini, harga produk

dan informasi atas produk di semua negara dapat diketahui dengan mudah. Hal ini membantu konsumen dalam memutuskan pembelian, bukan hanya atas produk di dalam negeri tetapi juga luar negeri. Demikianlah teknologi informasi menimbulkan perubahan.

Kemajuan teknologi saat ini tidak dapat dipisahkan dari kehidupan mahasiswa, tentu kemajuan teknologi ini membuat perubahan yang begitu besar terhadap kehidupan pola pikir dan pola hidup mahasiswa. Pemanfaatan teknologi informasi merupakan sarana penunjang bagi mahasiswa dalam mencari informasi yang dibutuhkan. Pemanfaatan teknologi informasi dapat dilakukan secara efektif jika mahasiswa dapat menggunakan teknologi tersebut dengan baik dan semestinya. Perubahan ini juga memberikan dampak yang begitu besar terhadap transformasi nilai-nilai yang ada di masyarakat.

2.3.1 Indikator Pemanfaatan Teknologi Informasi

Menurut Tjhay (dalam Syahroni, 2014) pengukuran pemanfaatan teknologi informasi berdasarkan tiga item indikator, yaitu intensitas pemanfaatan, frekuensi pemanfaatan dan jumlah aplikasi atau perangkat lunak yang digunakan. Sedangkan menurut Zepiliana (2011) indikator pengukurannya pemanfaatan teknologi informasi yaitu intensitas penggunaan teknologi informasi, kemudahan Penggunaan Teknologi Informasi dan kecepatan Penggunaan

Berdasarkan kajian pustaka diatas maka pemanfaatan teknologi dalam penelitian ini berkaitan dengan perilaku mahasiswa dalam menggunakan teknologi informasi yaitu penggunaan *gadget* sebagai akses media sosial seperti facebook, instagram, twitter dan media sosial lainnya. Dalam penelitian ini indikator yang

digunakan untuk menjelaskan pemanfaatan teknologi informasi yaitu (1) intensitas pemanfaatan, (2) frekuensi pemanfaatan, (3) jumlah aplikasi yang digunakan.

2.4 Kelompok Teman Sebaya

Kelompok teman sebaya sebagai tempat berinteraksi mempunyai peranan bagi kehidupan sosial maupun pendidikan remaja. Menurut Santosa (2004:79), bahwa teman sebaya atau *peer group* adalah kelompok sebaya yang sukses ketika anggotanya dapat berinteraksi. Hal-hal yang dialami oleh anak-anak tersebut adalah hal-hal yang menyenangkan saja. Dengan teman sebaya siswa bisa melakukan hal-hal yang disukainya. Teman Sebaya adalah anak-anak dengan tingkat kematangan atau usia yang kurang lebih sama. Lingkungan teman sebaya merupakan suatu kelompok yang baru, dimana mempunyai ciri, norma dan kebiasaan yang jauh berbeda dari lingkungan keluarga. Teman sebaya dalam hal ini sebagai sumber informasi kognitif mengenai dunia di luar keluarga dan sumber pemecahan masalah dan perolehan pengetahuan.

Berdasarkan dari beberapa pengertian diatas maka dapat dijelaskan bahwa teman sebaya adalah kelompok persahabatan yang mempunyai nilai- nilai dan pola hidup sendiri bahkan merupakan dasar primer mewujudkan nilai-nilai dalam suatu kontak sosial.

Setelah memasuki dunia perkuliahan, mahasiswa akan berinteraksi lebih banyak dengan mahasiswa-mahasiswa lain. Seiring dengan berubahnya minat berinteraksi dan keinginan untuk bergaul mahasiswa lain, maka pola hidup yang semula bersifat individual akan berkembang menjadi hidup berkelompok. Dengan bertambahnya minat untuk berinteraksi, keinginan untuk bergaul dan diterima oleh

mahasiswa lain semakin bertambah, maka mahasiswa harus menyesuaikan dengan mahasiswa lain. Kelompok teman sebaya memberikan tempat bagi mahasiswa untuk melakukan sosialisasi dalam suasana dimana nilai-nilai yang berlaku dilihat dari teman seusianya. Mahasiswa memiliki kebutuhan yang kuat untuk disukai dan diterima kawan sebaya atau kelompok. Sebagai akibatnya, mereka akan merasa senang apabila diterima dan sebaliknya akan merasa sangat tertekan dan cemas apabila dikeluarkan dan diremehkan oleh kawan-kawan sebayanya.

2.4.1 Fungsi Teman Sebaya

Menurut Santosa (2004: 79) fungsi dari teman sebaya adalah sebagai berikut:

1. Mengajarkan kebudayaan. Dalam teman sebaya diajarkan kebudayaan yang berada ditempat itu.
2. Mengajarkan mobilitas sosial. Mobilitas sosial adalah perubahan status yang lain.
3. Membantu peranan sosial yang baru. Kelompok sebaya memberi kesempatan bagi anggotanya untuk mengisi peranan sosial yang baru.
4. Kelompok sebaya sebagai sumber informasi bagi orang tua dan guru bahkan untuk masyarakat.
5. Dalam kelompok sebaya, individu dapat mencapai ketergantungan satu sama lain.
6. Kelompok sebaya mengajar moral.
7. Dalam kelompok sebaya, individu dapat mencapai kebebasan sendiri.

2.4.2 Aspek-aspek Kelompok Teman Sebaya

Adapun aspek-aspek kelompok teman sebaya menurut Santosa (2004:78), yaitu:

a. Adanya Perkembangan Proses Sosialisasi

Mahasiswa mencari kelompok yang sesuai dengan keinginan, bisa saling berinteraksi satu sama lain dan merasa diterima dalam kelompok.

b. Kebutuhan Untuk Menerima Penghargaan

Secara psikologis, individu butuh penghargaan dari orang lain agar mendapat kepuasan dari apa yang telah dicapai. Individu bergabung dengan teman sebaya yang mempunyai kebutuhan psikologis yang sama yaitu ingin dihargai.

c. Perlu Perhatian Dari Orang Lain

Individu perlu perhatian dari orang lain terutama yang merasa senasib. Hal tersebut dapat ditemui dalam kelompok sebaya, ketika individu merasa sama dengan lainnya, individu tidak merasakan perbedaan status. Perhatian yang dibutuhkan individu dapat ditemui dalam kelompok sebaya.

d. Ingin Menemukan Dunianya

Di dalam kelompok sebaya mahasiswa dapat menemukan dunia yang mempunyai persamaan disegala bidang. Misalnya, pembicaraan tentang hobi dan hal menarik lainnya.

2.4.3 Ciri-Ciri Kelompok Teman Sebaya

Adapun ciri-ciri kelompok teman sebaya adalah kelompok tersebut tidak memiliki struktur organisasi yang tidak pasti, semua anggota kelompok memiliki posisi yang sama. Menurut Santosa (2004:81) kelompok sebaya tidak mempunyai

struktur organisasi yang jelas, bersifat sementara, mengajarkan tentang kebudayaan yang luas, serta anggotanya adalah individu sebaya.

1. Tidak mempunyai struktur organisasi yang jelas

Kelompok sebaya terbentuk secara spontan. Di antara anggota kelompok mempunyai kedudukan yang sama, tetapi ada satu di antara anggota kelompok yang dianggap sebagai pemimpin yang dianggap oleh semua anggota bahwa ia memang pantas dijadikan sebagai pemimpin.

2. Bersifat sementara

Karena tidak ada struktur organisasi yang jelas, kelompok ini tidak bisa bertahan lama. Terlebih jika yang menjadi keinginan masing-masing anggota kelompok tidak tercapai, atau karena keadaan yang memisahkan seperti pada teman sebaya di lingkungan kampus, yang terpenting dalam kelompok sebaya adalah mutu hubungan yang bersifat sementara.

3. Kelompok sebaya mengajarkan individu tentang kebudayaan yang luas

Teman sebaya di perkuliahan umumnya terdiri dari individu yang berbeda-beda lingkungannya, yang mempunyai aturan atau kebiasaan yang berbeda, sehingga mereka memasukkannya dalam kelompok sebaya sehingga mereka saling belajar

4. Anggotanya adalah individu sebaya

Mahasiswa mempunyai keinginan, tujuan dan kebutuhan yang sama.

2.4.4 Indikator Kelompok Teman Sebaya

Park Burges dalam Santosa (2004:23) mengemukakan indikator kelompok teman sebaya, antara lain (1) persaingan (2) pertentangan (3) persesuaian/akomodasi (4) perpaduan/asimilasi. Merton Deuttah dalam Santosa (2004:22) mengemukakan bahwa indikator-indikator interaksi kelompok teman sebaya adalah kerjasama dan persaingan. Menurut Yusuf (2009:59) indikator kelompok teman sebaya adalah (1) *Social cognition* yaitu kemampuan untuk memikirkan tentang ide, perasaan, motif, dan tingkah laku dirinya dan orang lain, (2) Konformitas adalah motif untuk menjadi sama, sesuai, seragam, dengan nilai-nilai, kebiasaan, kegemaran (hobi), atau budaya teman sebayanya.

Berdasarkan kajian pustaka diatas maka kelompok teman sebaya dalam penelitian ini berkaitan dengan interaksi antara mahasiswa dengan mahasiswa lain. Pengukuran pengaruh kelompok teman sebaya dalam penelitian ini dilakukan menggunakan indikator (1) *social cognition* (2) konformitas. Pemilihan indikator tersebut karena indikator tersebut lebih sesuai dengan karakteristik mahasiswa.

2.4 Status Sosial Ekonomi Orangtua

Manusia dilahirkan memiliki kedudukan yang sama, akan tetapi sesuai dengan kenyataannya setiap manusia yang menjadi bagian suatu masyarakat, senantiasa mempunyai kedudukan dan peranan yang berbeda. Status sosial didefinisikan sebagai satu rangkaian tingkat posisi sosial, dimana tiap anggota dari tingkatan menempati posisinya, atau sejumlah kelompok yang membagi-bagi kelompoknya dalam beberapa strata tingkatan (Nitisusastro, 2012:102). Faktor yang membedakan

status sosial yang paling menonjol dalam kelompok masyarakat adalah tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan tingkat penghasilan (Nitisusastro, 2012:103).

Status sosial secara tidak langsung mempengaruhi gaya hidup (*life style*) seseorang. Masyarakat memiliki pendapatan yang tinggi lazimnya cenderung membelanjakan uangnya untuk membeli barang atau jasa yang harganya juga tinggi.

2.5.1 Indikator Status Sosial Ekonomi Orangtua

Faktor yang membedakan status sosial yang paling menonjol dalam kelompok masyarakat adalah tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan tingkat penghasilan (Nitisusastro 2012:103).

Menurut Soekanto (2012:208) hal – hal yang mempengaruhi status sosial ekonomi antara lain sebagai berikut.

1. Ukuran kekayaan, semakin kaya seseorang, maka akan tinggi tingkat status seseorang dalam masyarakat.
2. Ukuran kekuasaan, semakin tinggi dan banyak wewenang seseorang dalam masyarakat, maka semakin tinggi tingkat status ekonomi seseorang tersebut.
3. Ukuran kehormatan, orang yang disegani di masyarakat akan ditempatkan lebih tinggi dari orang lain dalam masyarakat.
4. Ukuran ilmu pengetahuan, ilmu pengetahuan sebagai ukuran dipakai oleh masyarakat yang menghargai ilmu pengetahuan.

Gerungan (2000: 183) menyatakan bahwa yang menjadi kriteria rendah tingginya status sosial ekonomi adalah jenis dan lokasi rumahnya, penghasilan keluarga dan beberapa kriteria lainnya mengenai kesejahteraan keluarga.

Berdasarkan kajian pustaka di atas status sosial ekonomi orang tua dalam penelitian ini adalah kedudukan orang tua dalam masyarakat berdasarkan pada pendidikan dan pekerjaan disertai dengan kemampuan orang tua dalam memenuhi

segala kebutuhan keluarga sehari-hari, terkhusus kemampuan orang tua dalam membiayai dan menyediakan fasilitas penunjang perkuliahan pada mahasiswa. Status sosial ekonomi orangtua akan menentukan tingkat pengalaman dalam kehidupan ekonomi mahasiswa. Berdasarkan pernyataan tersebut maka indikator status sosial ekonomi orangtua dalam penelitian ini yaitu (1) tingkat pendidikan orangtua (2) tingkat pendapatan (3) tanggungan keluarga. Dalam penelitian ini jenis pekerjaan digantikan indikator tanggungan keluarga dikarenakan jenis pekerjaan tidak dapat diukur.

2.6 Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini memuat berbagai penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain baik dalam bentuk jurnal maupun skripsi. Penelitian yang menjadi bahan rujukan dalam menyusun skripsi ini. Berikut merupakan penelitian terdahulu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Chrisnawati (2011) dengan judul “ Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian (Studi Kasus Pada Remaja Berstatus Sosial Ekonomi Rendah) “. Hasil dari penelitian ini adalah Mengacu pada hasil analisa data penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif remaja terhadap pakaian dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik internal maupun eksternal. Faktor internal antara lain sikap terhadap perilaku konsumtif pada pakaian, terdiri dari aspek afektif, kognitif dan konatif. Pengalaman dan pengamatan yang mengarah pada aktivitas yang sifatnya pemborosan, pembelian secara impulsif dan juga pembelian secara tidak rasional. Faktor motivasi, yaitu ingin menjadi pusat

perhatian, ingin mengikuti tren mode, ingin memperluas jaringan pertemanan dan ingin mendapatkan penghargaan sosial dari teman-temannya. Faktor kepribadian remaja yaitu adanya perasaan malu dengan teman-temannya, adanya perasaan cemas dengan dirinya sendiri dan juga sikap partisipan yang menutupi kekurangan dengan cara berperilaku konsumtif terhadap pakaian. Faktor gaya hidup berperilaku konsumtif terhadap pakaian yaitu membeli pakaian dengan merk tertentu (mahal), selalu memperhatikan dan mengikuti perkembangan tren mode pakaian, menggunakan pakaian bermerk untuk menarik perhatian khususnya lawan jenis dan membeli pakaian dengan model terbaru. Faktor eksternal perilaku konsumtif terhadap pakaian yaitu faktor latar belakang keluarga, meskipun keseluruhan partisipan berasal dari keluarga berstatus sosial ekonomi rendah tidak menurunkan niat partisipan untuk tetap berperilaku konsumtif. Adanya anggota keluarga yang juga berperilaku konsumtif menyebabkan partisipan terus menjalankan aktivitasnya dalam berperilaku konsumtif terhadap pakaian. Faktor eksternal yang lain adalah kebudayaan yang dilakukan oleh remaja di lingkungan sekitar partisipan dalam berperilaku konsumtif terhadap pakaian menjadikan partisipan untuk semakin berperilaku konsumtif. Faktor eksternal yang terakhir yang sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif partisipan adalah kelompok referensi yang mengarah pada pada hubungan pertemanan dengan pola perilaku konsumtif yang serupa serta adanya contoh model dari media massa terhadap perilaku konsumtif remaja terhadap pakaian.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Gumulya (2013) dengan judul “Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul”. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsep diri sedangkan variabel terikatnya yaitu perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Esa Unggul. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Universitas Esa Unggul memiliki konsep diri negatif yang ditunjukkan oleh hasil penelitian yaitu (54,5%) dari mahasiswa yang diteliti memiliki konsep diri negatif dan sebagian besar mahasiswa Universitas Esa Unggul tergolong dalam perilaku konsumtif rendah. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa (51,1%) dari mahasiswa Universitas Esa Unggul yang diteliti tergolong dalam perilaku konsumtif rendah.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi (2013) dengan judul “Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza”. Penelitian ini merupakan jenis penelitian diskriptif kualitatif. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu Dari hasil penelitian dilapangan bahwa perilaku konsumtif Remaja berkunjung ke Mall dilihat dari frekuensinya bervariasi, dari jumlah remaja yang berkunjung antara 1 sampai dengan 4 kali dan 13 sampai dengan 16 kali. Remaja cenderung berkunjung ke Mall dengan tujuan untuk berbelanja dan mengkonsumsi barang yang ditawarkan di Mall. Bagi remaja yang berkunjung mengatakan Mall adalah tempat yang menarik sehingga menjadikan Mall sebagai tempat belanja, refreasing dan tempat untuk menghilangkan rasa kejenuhan mereka,

apalagi Mall yang didesain sangat menarik dan membuat para pengunjungnya untuk merasa betah dan nyaman.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Astuti (2013) dengan judul “Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda” Hasil Penelitian berdasarkan hasil observasi dari keseluruhan subjek penelitian dapat disimpulkan bahwa keempat subjek selalu menjaga penampilan mereka ketika akan berpergian agar selalu terlihat menarik. Dalam berbelanja keempat subjek juga selalu bertindak berlebihan artinya barang yang mereka beli tidak hanya satu barang saja tetapi lebih dari itu, selain itu keempat subjek juga selalu membeli barang baru walaupun barang yang ada atau yang mereka pakai masih terbilang barang bagus dan belum ada kerusakan sama sekali. Setiap membeli barang keempat subjek selalu memperhatikan secara teliti model maupun warna pada barang yang akan mereka beli, bila mereka melihat barang yang mereka sukai mereka cenderung bertingkah heboh dan setelah membeli barang yang mereka sukai terlihat ekspresi gembira dan senang dari wajah keempat subjek tersebut.

Hasil dari keseluruhan subjek penelitian, dapat diketahui bahwa para subjek dalam penelitian ini membeli barang berdasarkan atas dasar kesukaan dan ketertarikan terhadap model barang yang terlihat menarik, melakukan pembelian barang tanpa adanya perencanaan, membeli barang atas pertimbangan harga serta tidak mempertimbangkan manfaat maupun kegunaan, membeli barang dengan harga yang mahal atau barang dengan merek ternama akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, membeli

barang dengan jenis sama namun dari merek yang berbeda, membeli barang demi menjaga penampilan diri dan gengsi, serta membeli barang untuk menjaga simbol status.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Sipunga (2014) dengan judul “Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja Di Tinjau Dari Pendapatan Orang Tua Pada Siswa-Siswi SMA Kesatrian 2 Semarang”. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu status sosial ekonomi orang tua (pendapatan) orang tua tentu sangat berpengaruh terhadap perilaku membeli pada remaja, karena semakin tinggi pendapatan orang tua maka semakin besar kesempatan untuk membelanjakan uang pemberian dari orang tua, begitu pula sebaliknya. Semakin rendah pendapatan orang tua maka semakin kecil kesempatan untuk membelanjakan uang hasil pemberian orang tua.
6. Penelitian yang dilakukan oleh Hidayah (2014) dengan judul “Pengaruh *Financial Literacy*, Iklan Televisi dan *Peer Group* terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IS di SMA N 1 Bandar Kabupaten Batang”. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Financial Literacy*, Iklan Televisi dan *Peer Group* . Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini yaitu perilaku konsumtif. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu secara simultan *financial literacy*, iklan televisi dan *peer group* berpengaruh sebesar 63,7% terhadap perilaku konsumtif.
7. Enrico (2014) dengan jurnal berjudul *The Factors That Influenced Consumptive Behavior: A Survey Of University Students In Jakarta*. Persamaan dengan penelitian tersebut berkaitan dengan Fokus penelitian

pada faktor perilaku konsumtif pada mahasiswa, metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaannya berkaitan dengan lokasi penelitian.

8. Penelitian yang dilakukan oleh Nurfarika (2015) dengan judul “Pengaruh Persepsi Tentang Peran Orang Tua, *Peer Group* Dan *Financial Literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas X IIS Dan Xi IIS di SMA Negeri 7 Semarang Tahun Ajaran 2014/2015”. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu peran orang tua, *peer group* dan *financial literacy*. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini yaitu perilaku konsumtif. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu Ada pengaruh positif *peer group* terhadap perilaku konsumtif siswa kelas X IIS dan XI IIS SMAN 7 Semarang Tahun Ajaran 2014/2015 secara parsial sebesar 40,70%.
9. Penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2015) dengan judul “Pengaruh Teknologi Informasi, Teman Sebaya, dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 6 Malang”. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknologi informasi, teman sebaya, dan status sosial ekonomi orang tua. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini yaitu perilaku konsumtif. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu diperoleh empat kesimpulan sebagai berikut: (1) terdapat pengaruh yang signifikan antara teknologi informasi terhadap perilaku konsumtif. (2) terdapat pengaruh yang signifikan antara teman sebaya terhadap perilaku konsumtif siswa. (3) terdapat pengaruh yang signifikan

antara status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa.

(4) terdapat pengaruh yang simultan antara teknologi informasi, teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa

10. Penelitian yang dilakukan oleh Diana (2016) dengan judul “Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum Unesa Akibat Adanya *Online Shop* Jilbab” Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu pada bentuk gaya hidup konsumtif yang ditunjukkan mahasiswa FISH UNESA dalam berbelanja jilbab secara *online* dapat dilihat dari faktor-faktor yang mendorong mereka dalam memilih berbelanja jilbab secara *online*. Adanya nilai guna, simulakra, dan nilai tanda dalam berbelanja jilbab secara *online* mendorong mahasiswa FISH UNESA untuk berperilaku konsumtif, namun yang cenderung dilakukan adalah berdasarkan nilai tanda dan simulakra. Karena hal ini sering dilakukan akhirnya menjadi sebuah bentuk gaya hidup. Perilaku konsumtif yang biasa dilakukan informan yaitu membeli jilbab secara *online* tanpa adanya pertimbangan yang mengarah pada faktor kebutuhan (nilai guna) dan justru lebih mengarah pada faktor prestige (nilai tanda) serta menunjukkan adanya simulasi yaitu percobaan bergesernya makna dari nilai guna yang berupa manfaat atau fungsi menjadi nilai tanda yang berupa simbol. Simulasi menghasilkan suatu ruang yang disebut simulakra, ruang tersebut berisikan realitas-realitas semu hasil pergeseran dari nilai guna ke nilai tanda. Kontek ini simulakra merupakan suatu rasa kepuasan maupun kebanggan yang didapat informan ketika bisa

membeli jilbab secara online yang dapat diekspresikan melebihi fungsi asli dari *online shop* jilbab itu sendiri.

Perbedaan penelitian dengan penelitian terdahulu yaitu variabel bebas yang digunakan dalam penelitian, variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pemanfaatan teknologi informasi, status sosial ekonomi orang tua, intensitas pergaulan dengan teman sebaya.

2.7 Kerangka Berpikir

Kerangka Berpikir menggambarkan pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu pengaruh modernitas, pemanfaatan teknologi informasi, teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa akan berperilaku konsumtif apa bila terdapat pengaruh baik pengaruh dari luar atau dari dalam diri mahasiswa.

Mahasiswa yang memasuki lingkungan perguruan tinggi yang *multicultural* akan berusaha beradaptasi, akan tetapi dikarenakan beberapa faktor mahasiswa akan berperilaku konsumtif dalam proses adaptasinya dengan lingkungan kampus. Mahasiswa cenderung berperilaku konsumtif untuk menyesuaikan diri dan berpikir dengan pola perilaku ini akan diterima dan diakui oleh lingkungan kampus. Dalam hal ini faktor internal dan faktor eksternal berpengaruh terhadap pola perilaku konsumtif mahasiswa.

2.7.1 Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Pemanfaatan Teknologi Informasi menjadi faktor yang diduga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Di era globalisasi, teknologi informasi berperan sangat penting. Dengan menguasai teknologi informasi, segala informasi

dari seluruh dunia dapat diakses secara mudah, termasuk juga dalam melihat informasi atas produk. Banyak produsen baik barang maupun jasa memasarkan produknya melalui teknologi informasi. Dengan ini teknologi informasi dianggap berpengaruh dalam membentuk pola konsumsi seseorang.

Berdasarkan pernyataan di atas dapat dijelaskan bahwa pemanfaatan teknologi informasi berperan dalam membentuk pola konsumsi. Jadi pemanfaatan teknologi informasi dapat mempengaruhi pola konsumsi mahasiswa.

2.7.2 Pengaruh Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Kelompok teman sebaya menjadi faktor yang diduga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa tidak hanya memiliki hubungan dengan keluarga saja akan tetapi memiliki hubungan sosial yaitu dengan kelompok teman sebaya. Kelompok teman sebaya merupakan sekumpulan individu yang mempunyai persamaan usia dan posisi status sosial yang saling berinteraksi satu sama lain, selama periode tertentu untuk mencapai tujuan bersama. Demi dapat diterima di kalangan mahasiswa lain, mahasiswa terkadang harus mengikuti segala perilaku dari mahasiswa lain (teman sebayanya). Hal ini termasuk juga dalam hal konsumsi atas suatu produk.

Berdasarkan pada pernyataan di atas dapat jelaskan bahwa, mahasiswa demi untuk mengikuti kelompok teman sebayanya, akan mengubah pola pekonsumsinya karena mahasiswa tersebut selalu menyesuaikan dan mengikuti kelompok acuannya tersebut dalam kehidupannya.

2.7.3 Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Status sosial ekonomi orangtua menjadi faktor yang diduga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Pada kenyataan orang-orang yang mempunyai perilaku konsumsi tinggi adalah orang-orang yang mempunyai penghasilan tinggi, karena untuk mengkonsumsi suatu barang menghabiskan uang yang tidak sedikit. Selain pada penghasilan yang tinggi perilaku konsumsi juga dipengaruhi oleh adanya tingkat pendidikan seseorang sehingga bisa terlihat jelas cara seseorang dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa ada perbedaan-perbedaan untuk menunjukkan bahwa seseorang tersebut mempunyai taraf hidup yang lebih baik.

Berdasarkan pernyataan di atas dapat jelaskan bahwa, status sosial ekonomi orangtua berperan dalam menentukan perilaku konsumsi mahasiswa. Jadi semakin tingginya status sosial ekonomi orang tua maka perilaku konsumsi mahasiswa juga meningkat atau konsumtif.

2.7.4 Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kelompok Teman Sebaya Dan Status Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Hasil observasi awal penelitian mengarah pada temuan masalah perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi angkatan 2013 di Universitas Negeri Semarang yang diduga disebabkan oleh teknologi informasi, status sosial ekonomi orangtua dan teman sebaya. Jadi faktor-faktor yang diduga berpengaruh yaitu pemanfaatan teknologi informasi, kelompok teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua. Hal ini juga diperkuat dengan observasi awal peneliti kepada 22 mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi di Universitas Negeri Semarang yang

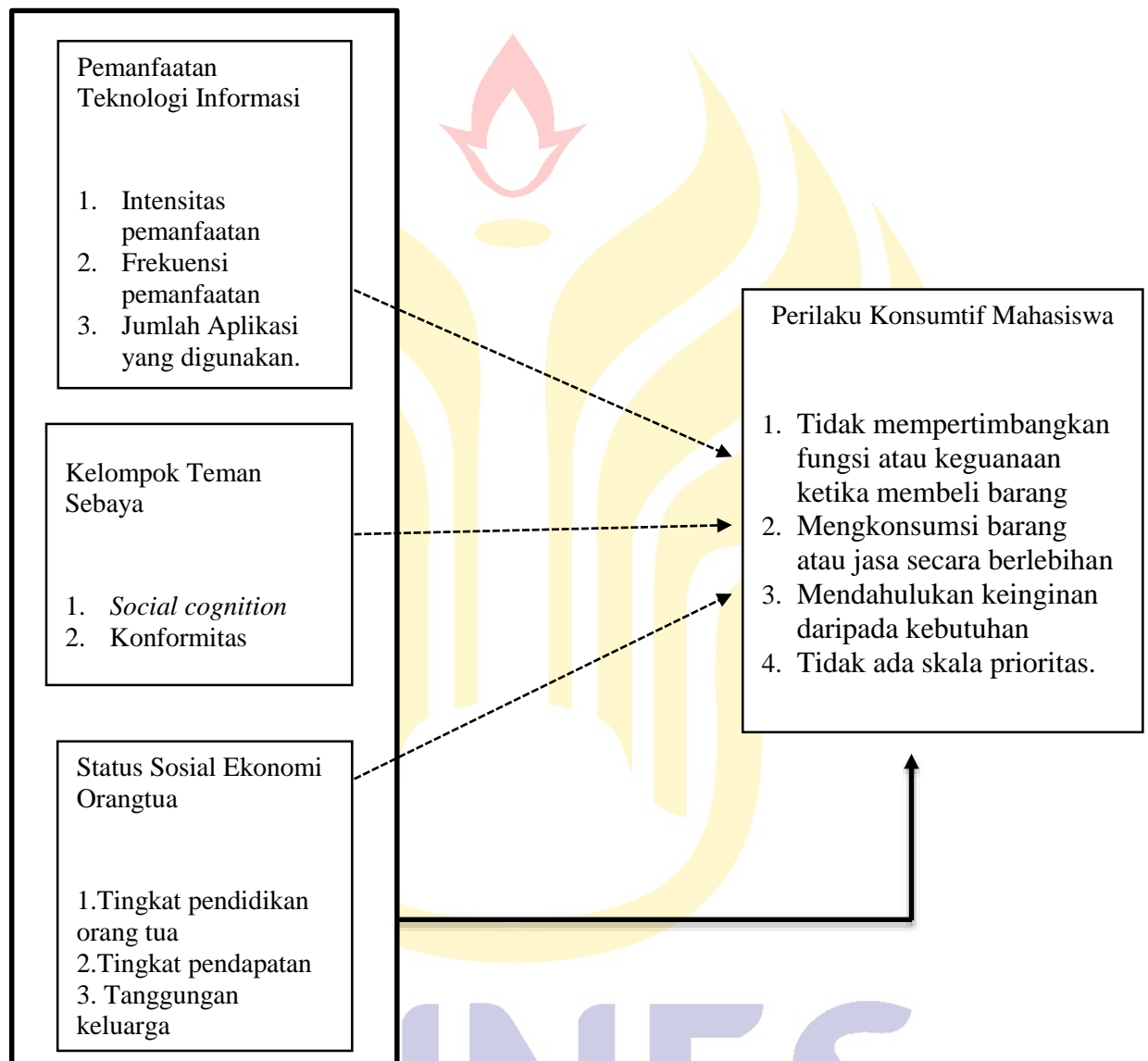
berperilaku konsumtif yaitu 45% menanggapi terpengaruh teknologi informasi atau media sosial, 22,7% terpengaruh kelompok teman sebaya, 22,7% terpengaruh biaya dari orangtua dan sisanya dipengaruhi faktor lain.



UNNES

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Berikut ini adalah gambaran kerangka pemikiran faktor penyebab mahasiswa berperilaku konsumtif.



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Keterangan :Tanda garis (----) berarti mempengaruhi secara parsial
Tanda garis (—) berarti mempengaruhi secara simultan

Dari gambar 2.1 dapat digunakan sebagai acuan mengetahui apakah faktor tersebut mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa baik secara parsial maupun simultan.

2.8 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:96), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka pikir yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H₁ : Ada pengaruh pemanfaatan teknologi informasi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2013.
- H₂ : Ada pengaruh kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2013.
- H₃ : Ada pengaruh status sosial ekonomi orang terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2013
- H₄ : Ada pengaruh pemanfaatan teknologi informasi, kelompok teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2013

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis deskriptif dari variabel perilaku konsumtif mahasiswa memiliki rata-rata skor 43,04 berada pada kriteria Tinggi, sehingga perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan 2013 tergolong Tinggi. Sedangkan untuk variabel bebas dalam penelitian ini yaitu : Variabel pemanfaatan teknologi informasi memiliki rata-rata sebesar 35,06 dan berada pada kriteria Tinggi. Variabel Kelompok teman sebaya memiliki rata-rata sebesar 27,2 dan berada pada kriteria Tinggi. Variabel status sosial ekonomi orangtua memiliki rata-rata sebesar 14,72 dan berada pada kriteria Sedang.
2. Ada pengaruh positif pemanfaatan teknologi informasi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2013 secara parsial yakni sebesar 35,28%.
3. Ada pengaruh positif kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2013 secara parsial yakni sebesar 12,11 %.
4. Tidak ada pengaruh status sosial ekonomi orangtua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2013 secara parsial.

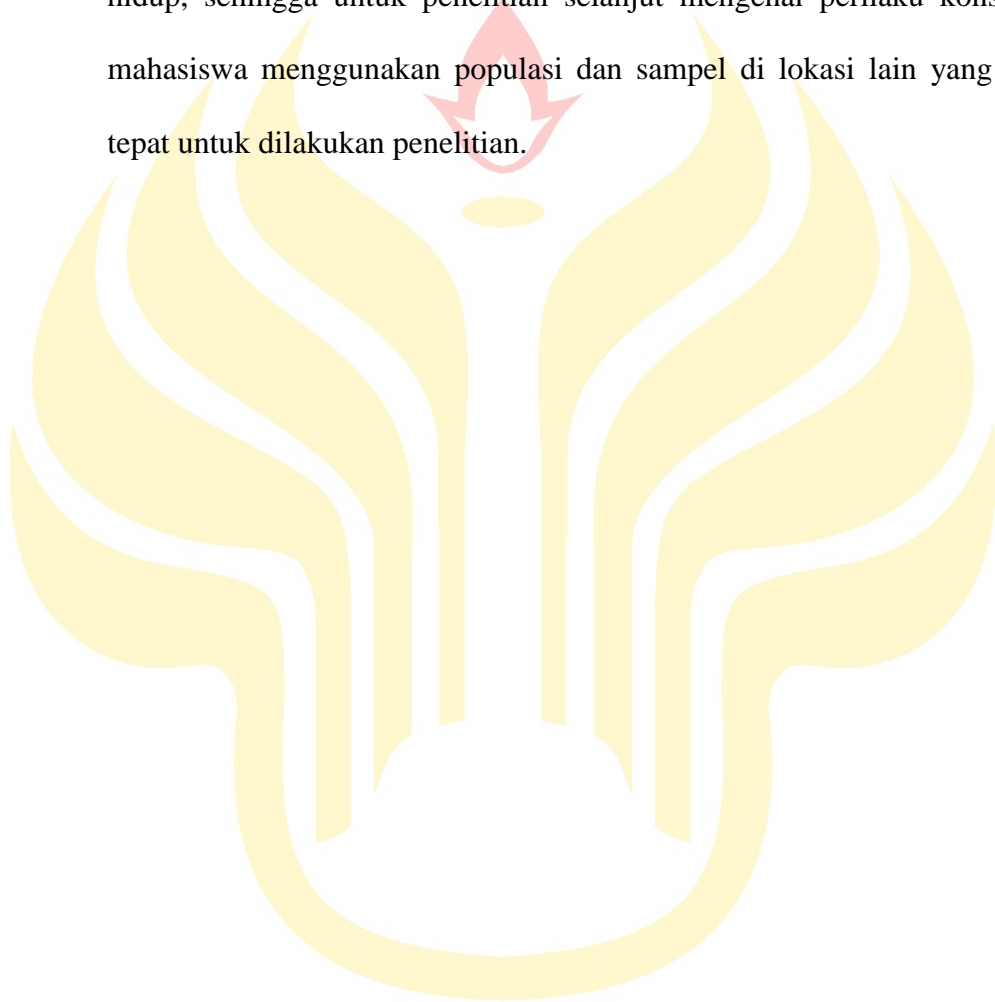
5. Ada pengaruh pengaruh pemanfaatan teknologi informasi, kelompok teman sebaya dan status sosial ekonomi orangtua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2013 secara simultan yakni sebesar 61,7 %.

5.2 . Saran

Adapun saran yang dapat diberikan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa, untuk lebih mengontrol diri untuk tidak berperilaku konsumtif, sehingga mahasiswa dalam membelanjakan uangnya lebih mempertimbangkan prioritas, faktor kebutuhan dan bukan berdasarkan faktor keinginan dan gengsi semata yang pada akhirnya bisa menyebabkan berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif dapat diminimalkan dengan cara mengendalikan diri dalam menggunakan teknologi informasi, tidak terpengaruh oleh teman yang konsumtif dan belajar mengatur keuangan dan membuat daftar skala prioritas agar tidak boros serta lebih realistis dalam membelanjakan uangnya.
2. Bagi orang tua, diharapkan dan selayaknya orang tua terus mengontrol pola perilaku konsumsi anaknya agar tidak konsumtif.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini terdapat kelemahan dan keterbatasan dalam pemilihan populasi dan sampel penelitian. Pemilihan mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang sebagai populasi dan sampel dalam penelitian ini kurang tepat, hal ini dikarenakan dalam kenyataanya mahasiswa Pendidikan Ekonomi

Universitas Negeri Semarang tidak menunjukkan sikap berperilaku konsumtif, baik dalam segi sosial ekonomi, cara berpakaian maupun gaya hidup, sehingga untuk penelitian selanjut mengenai perilaku konsumtif mahasiswa menggunakan populasi dan sampel di lokasi lain yang lebih tepat untuk dilakukan penelitian.



UNNES

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Endah. (2015). *Pengaruh Teknologi Informasi, Teman Sebaya, dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 6 Malang.. Skripsi*. Malang:Universitas Negeri Malang
- Astuti, Endang Dwi. (2013). *Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda. eJournal Psikologi*, Volume 1 No. 2, Hal 148-156. Samarinda:Universitas Mulawarman
- Chrisnawati, D., & Muliati, S. (2011). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian (Studi Kasus Pada Remaja Berstatus Sosial Ekonomi Rendah)*. *Jurnal Spirits*, Volume 2 No. 1. Yogyakarta:Universitas Mercu Buana
- Dikria, Okky., & Umi Sri. (2016). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013*. *Jurnal JPE*, Volume 9 No. 2. Malang: Universitas Negeri Malang
- Enrico, Aldo., Aron, Ritchie, dan Weriyen Oktavia. (2014). *The Factors that Influenced Consumptive Behavior: A Survey of University Students in Jakarta*. *Journal of Scientific and Research Publications*, Volume 4 Issue 1. Cikarang: President University
- Gerungan, W. A. (2000). *Psikologi Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2012). *Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul*. *Jurnal Psikologi*. Volume 11 No. 1. Jakarta: Universitas Esa Unggul
- Hanung, Sri. (2011). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. *Skripsi*. Surakarta:Universitas Sebelas Maret
- Hamalik, Oemar.(2009). *Kurikulum dan Pembelajaran*. Jakarta:Bumi Aksara
- Hidayah, Alvi Rohmatul. (2014). *Pengaruh financial literacy, iklan televisi dan peer group terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IS SMA Negeri 1 Bandar Kabupaten Batang*. *Skripsi*. Semarang:Universitas Negeri Semarang.

- Kadir, Abdul., & Terra Ch. Triwahyuni. (2003). *Pengenaalan Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi
- Nitisusastro, Mulyadi. (2012). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta
- Nur, Riska., & Sarmini. (2016). *Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum Unesa Akibat Adanya Online Shop Jilbab*. *Jurnal Kajian Moral dan Kewarganegaraan*, Volume 02 No. 04. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya
- 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: Universitas Negeri Semarang.
- Rusdarti, & Lesta Karolina Sebayang. (2013). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kemiskinan di Provinsi Jawa Tengah*. *Jurnal Economia*, Volume 9 No. 1. Semarang: Universitas Negeri Semarang
- Santosa, Slamet. (2004). *Dinamika Kelompok*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sembiring, Amstrong. (2008). *Budaya Konsumerisme*. <http://www.wattpad.com/3104044-buku-konsumer-karya-amstrong-sembing> (diunduh pada tanggal 15 Februari 2017)
- Sipunga, Nilawati Puspita & Muhamad, Amri H. (2014). *Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja Ditinjau dari Pendapatan Orang Tua pada siswa-siswi SMA Kesatrian 2 Semarang*. *Journal of Social and Industrial Psychology*, Volume 3 No. 1. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suharyadi. & Purwanto. (2013). *Statistika: Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern edisi 2 (buku 2)*. Jakarta: Salemba Empat
- Soekanto, Soejono. (2012). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan iklan televisi)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Syah, Muhibbin. (2010). *Psikologi Pendidikan: Dengan Pendekatan Baru*. Bandung: Remaja Rosdakarya

- Syahroni, Khoirul Habib. (2014). *Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kesesuaian Tugas - Teknologi Informasi, Dan Kepercayaan Atas Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Individual (Studi Kasus Pada Bank Bpr Di Kabupaten Karanganyar)*. Skripsi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Wahyudi (2013). *Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza*. *Journal Sosiologi*, Volume 1 No. 4, Hal 26-36. Kalimantan Timur: Universitas Mulawarman
- Wulandari, Dwi ., & Shand, Shandy.(2015). *Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa, Jurnal Prosiding*. Malang: Universitas Negeri Malang
- Yalinda, M., & Suyanto, T. (2016). *Faktor Yang Mendorong Perilaku Konsumtif Siswa SMA di Surabaya (Studi Kasus di Pusat Perbelanjaan Darma Trade Center Surabaya)*. *Jurnal Kajian Moral dan Pendidikan* . Volume 01 No. 04. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya
- Yusuf, Syamsu LN. (2009). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Bandung:Kosdakrya.
- Zepiliana, Wachida E. (2011). *Analisis Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Budaya Akademik Dan Kompetensi Dosen Terhadap Kinerja Jurusan/Program Studi Di Universitas Diponegoro*. *Jurnal Psikologi*. Semarang:Universitas Diponegoro