PENGARUH KELAS SOSIAL EKONOMI ORANG TUA DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP PERILAKU KONSUMSI

(Studi Kasus Siswa Kelas X IPS MAN 2 Kudus)

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
Pada Universitas Negeri Semarang

Oleh
Zunita Kurniawati
7101413411

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

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 : Senin

Tanggal : 28 Agustus 2017

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi

Abe Kusuma

NIP. 196801021992031002

Pembimbing

Drs. Syamsu Hadi, M.Si

NIP. 195212121978031002

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas ekonomi Universitas Negeri Semarang pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 14 September 2017

Penguji I

Dr. Muhsin, M.Si
NIP. 195411011980031002

Penguji II

Prasetyo Ari Bowo, SE., M.Si
NIP. 197902082006041002

Penguji III

Drs. Syamsu Hadi, M.Si
NIP. 195212121978031002

Mengetahui :
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Wahyono, M.M.
NIP. 195601031983121001

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zunita Kurniawati

Nim : 7101413411

Tempat Tanggal Lahir : Kudus, 4 Juni 1995

Alamat : Ds.Undaan Kidul, Kec. Undaan, Kab. Kudus

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, 28 Agustus 2017

Zunita Kurniawati
7101413411

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

- Hidup adalah perjuangan, perjuangan adalah pengorbanan
- Jangan mudah putus asa terus berusaha sampai apa yang kamu inginkan tercapai

Persembahan

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

- Kedua Orang Tua tercinta
- Universitas Negeri Semarang
- Pondok Pesantren Durrotu Aswaja

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

PRAKATA

Segala puja dan puji syukur penyusun panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya, sholawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat serta pengikutnya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat dorongan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan ketulusan hati penyusun mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum., Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan studi di Program Studi Pendidikan Ekonomi Koperasi.
2. Dr. Wahyono, M.M., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang
3. Dr. Ade Rustiana, M.Si., Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan bantuan dalam proses ijin penelitian.
4. Drs. Syamsu Hadi, M.Si., Dosen Pembimbing yang telah berkenan dengan sabar memberikan bimbingan dan arahan .
5. Dr. Kardoyo, M.Pd, Dosen Wali yang selalu sabar membimbing
6. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan ilmunya selama ini serta karyawan FE Unnes atas bimbingan dan dukungannya.
7. Bapak, Ibu Guru, dan Siswa MAN 2 Kudus yang telah memberikan bantuan dalam pelaksanaan penelitian.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

8. Kedua orang tua, Bapak Sahri dan Ibu Isnaningsih yang telah membesarkan, merawat, dan mendidik hingga sekarang.
9. Abah K.Masrokhan beserta keluarga besar yang telah memberikan bimbingan dan ilmunya selama kuliah di UNNES.
10. Teman-teman Pend. Ekonomi Koperasi 2013, teman-teman di Pondok Pesantren Durrotu Aswaja serta teman-teman di Rumah yang telah banyak memberi dukungan dan semangat.
11. Semua pihak yang membntu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya atas kebaikan yang telah diberikan. Penyusun berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penyusun, pembaca dan semua pihak yang memerlukan.

Semarang, 28 Agustus 2017

Penulis

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

SARI

Zunita Kurniawati. 2017. *Pengaruh Kelas Sosial Ekonomi Orang Tua dan Lingkungan Keluarga terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas X MAN 2 Kudus.* Skripsi. Sarjana Pendidikan Ekonomi. Universita Negeri Semarang. Pembimbing Dr. Syamsu Hadi, M.Si., 150 hal.

Kata Kunci : Perilaku Konsumsi, Kelas Sosial Ekonomi Orang Tua, Lingkungan Keluarga.

Perilaku konsumsi merupakan aktivitas yang dilakukan individu dalam menghabiskan dan atau memanfaatkan apa yang telah dibeli untuk memenuhi kebutuhan. Berdasarkan hasil observasi awal menunjukkan bahwa perilaku konsumsi pada siswa kelas X IPS MAN 2 Kudus relatif tinggi. Hal ini didasarkan defisit yang dialami siswa lebih tinggi yaitu sebesar 71%, impas sebesar 19% dan surplus sebesar 10% dari 50 siswa. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengaruh kelas sosisal ekonomi dan lingkungan keluarga terhadap perilaku konsumsi siswa, baik secara simultan maupun parsial.

Subjek dalam penelitian ini adalah siswa kelas X IPS MAN 2 Kudus yang berjumlah 114 siswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data berupa angket. Metode analisis yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini adalah (1) ada pengaruh positif kelas sosial ekonomi orang tua secara parsial sebesar 32,5%, (2) ada pengaruh positif lingkungan keluarga secara parsial terhadap perilaku konsumsi siswa sebesar 16,4%. Kelas sosial ekonomi orang tua dan lingkungan keluarga secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumsi siswa sebesar 52,8%.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan, terdapat pengaruh positif kelas sosial ekonomi terhadap perilaku konsumsi, di mana apabila kelas sosial ekonomi dan lingkungan keluarga mengalami kenaikan maka perilaku konsumsi juga akan mengalami kenaikan. Saran yang dapat disampaikan antara lain: sebaiknya Siswa diharap mempunyai pedagang langganan sehingga bisa mengenali dan mengevaluasi barang-barang yang dibeli. Siswa diharap menggunakan uang saku dengan efektif dan seperlunya sehingga bisa mengurangi konsumsi yang tidak diinginkan.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

ABSTRACT

Zunita Kurniawati. 2017. *The Influence of Social Economy Class of Parents and Family Environment to Consumption Behavior of Student Class X MAN 2 Kudus*. Essay. Bachelor of Economics Education. Universita Negeri Semarang. Advisor. Syamsu Hadi, M.Si., 150 pages.

Keywords: Consumption Behavior, Social Economic Class of Parents, Family Environment.

Consumption behavior is an activity that individuals do in spending and or utilizing what has been purchased to meet the needs. Based on the results of preliminary observations indicate that consumption behavior in students class X IPS MAN 2 Kudus relatively high. This is based on the deficit experienced by students is higher at 71%, breakeven by 19% and surplus of 10% of 50 students. This study aims to describe the influence of socioeconomic class and family environment on student consumption behavior, either simultaneously or partially.

Subjects in this study are students of class X IPS MAN 2 Kudus which amounted to 114 students. This research uses quantitative approach with data collection method in the form of questionnaire. The analysis method used is descriptive statistical analysis and multiple linear regression analysis.

The results of this research are (1) there is positive influence of parent class social economy partially equal to 32,5%, (2) there is positive influence of family environment partially to student consumption behavior equal to 16,4%. The socio-economic class of parents and family environment simultaneously affect the student consumption behavior of 52.8%

Based on the results of the study can be concluded, there is a positive influence of social economic class on consumption behavior, where if the socio-economic class and the family environment has increased then consumption behavior will also increase. Suggestions that can be delivered include: students are expected to have subcribers so they can recognize and evaluate purchased goods. Students are expected to use pocket money effectively and as necessary so as to reduce unwanted consumption.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
PERSETUJUAN PEMBIMBING ii
PENGESAHAN KELULUSAN iii
PERNYATAAN iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN v
PRAKATA vii
SARI viii
ABSTRACT ix
DAFTAR ISI xii
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xiv
DAFTAR LAMPIRAN xv
BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Identifikasi Masalah 9
1.3 Cakupan Masalah 9
1.4 Rumusan Masalah 9
1.5 Tujuan Penelitian 10
1.6 Kegunaan Penelitian 11
1.7 Orisinalitas Penelitian 11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN
2.1 *Grand Theory* 13
2.1.1 *Behavioral Theory* (Teori Perilaku) 13
2.1.2 *Consumer Behavior Theory* (Teori Perilaku Konsumen) 15
2.2 Kajian Variabel Penelitian 15
2.2.1 Perilaku Konsumsi 15
2.2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumsi 15
2.2.1.2 Indikator Perilaku Konsumsi 17
2.2.1.3 Faktor-Faktor Perilaku Konsumsi 18
2.2.1.4 Pembagian Perilaku Konsumen 20
2.2.2 Kelas Sosial Ekonomi 23
2.2.3 Lingkungan Keluarga 28
2.2.3.1 Pengertian Lingkungan 28
2.2.3.2 Pengertian Keluarga 29
2.2.3.3 Indikator Lingkungan Keluarga 30
2.2.3.4 Fungsi Keluarga 33
2.3 Kajian Penelitian Terdahulu 35
2.4 Kerangka Berfikir 38
2.5 Hipotesis Penelitian 42
BAB III METODE PENELITIAN
3.1 Jenis dan Desain Penelitian 43
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel 44
3.3 Variabel Penelitian 45

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

3.4 Instrumen Penelitian 47
3.4.1 Uji Validitas Instrumen 49
3.4.2 Uji Reliabilitas Instrumen 52
3.5 Metode Pengumpulan Data 54
3.6 Metode Analisis Data 54
3.6.1 Uji Asumsi Klasik 57
3.6.1.1 Uji Normalitas 57
3.6.1.2 Uji Linearitas 58
3.6.1.3 Uji Multikolinearitas 58
3.6.1.4 Uji Heteroskedastisitas 59
3.6.2 Uji Hipotesis 59
3.6.2.1 Uji Parsial 59
3.6.2.2 Uji Simultan 59
3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda 58
3.6.3.1 Koefisien Determinasi 60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 62
4.2 Hasil Penelitian 62
4.2.1 Analisis Deskriptif Perilaku Konsumsi 64
4.2.2 Analisis Deskriptif Kelas Sosisal Ekonomi 66
4.2.3 Analisis Deskriptif Lingkungan Keluarga 69
4.3 Analisis Uji Asumsi Klasik 72
4.3.1 Uji Normalitas 73
4.3.2 Uji Liniearitas 75
4.3.3 Uji Multikolonieritas 77
4.3.4 Uji Heterokedastisitas 78
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda 79
4.5 Uji Hipotesis 80
4.5.1 Uji Simultan 80
4.5.2 Uji Parsial 81
4.6 Analisis Koefisien Determinasi 81
4.6.1 Analisis Koefisien Determinasi Simultan 82
4.6.2 Analisis Koefisien Determinasi Parsial 84
4.7 Pembahasan 85
4.7.1 Pengaruh Kelas Sosial Ekonomi dan Lingkungan Keluarga Terhadap Perilaku Konsumsi 85
4.7.2 Pengaruh Kelas Sosial Ekonomi terhadap Perilaku Konsumsi 86
4.7.3 Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Perilaku Konsumsi 87
BAB V PENUTUP
5.1 Simpulan 89
5.2 Saran 90
DAFTAR PUSTAKA 91
LAMPIRAN 92

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR TABEL

1.1 Data Konsumsi Makanan dan Non Makanan..... 4
1.2 Data Pola Konsumsi Siswa 5
2.1 Penelitian Terdahulu 35
3.1 Sampel Siswa Kelas X IPS 45
3.2 Kisi-Kisi Angket Variabel Perilaku Konsumsi 48
3.3 Kisi-Kisi Angket Variabel Kelas Sosial Ekonomi 48
3.4 Kisi-Kisi Angket Variabel Lingkungan Keluarga..... 49
3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumsi 47
3.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kelas Sosial Ekonomi 48
3.7 Hasil Uji Validitas Variabel Lingkungan Keluarga 49
3.8 Hasil Uji Reliabilitas Perilaku Konsumsi 50
3.9 Hasil Uji Reliabilitas Kelas Sosial Ekonomi 50
3.10 Hasil Uji Reliabilitas Lingkungan Keluarga 51
3.11 Kriteria Variaabel Perilaku Konsumsi 56
3.12 Kriteria Variabel Kelas Sosial Ekonomi 56
3.13 Kriteria Variabel Lingkungan Keluarga..... 57
4.1 Statistik Deskriptif Variabel Perilaku Konsumsi 62
4.2 Distribusi Frekuensi Variabel Perilaku Konsumsi..... 62
4.3 Distribusi Frekuensi Indikator Pengenalan Kebutuhan..... 62
4.4 Distribusi Frekuensi Indikator Pencarian Informasi 65
4.5 Distribusi Frekuensi Indikator Evaluasi Alternatif 65
4.6 Distribusi Frekuensi Indikator Keputusan Pembelian..... 65
4.7 Distribusi Frekuensi Indikator Konsumsi 66
4.8 Distribusi Frekuensi Indikator Perilaku Sesudah Pembelian 66
4.9 Statistik Deskriptif Variabel Kelas Sosial Ekonomi 67
4.10 Distribusi Frekuensi Variabel Kelas Sosial Ekonomi..... 67
4.11 Distribusi Frekuensi Indikator Pendapatan 68
4.12 Distribusi Frekuensi Indikator Pekerjaan..... 68
4.13 Distribusi Frekuensi Indikator Pendidikan 69
4.14 Distribusi Frekuensi Indikator Kekayaan Atau Kepemilikan 69
4.15 Statistik Deskriptif Variabel Lingkungan Keluarga..... 70
4.16 Distribusi Frekuensi Variabel Lingkungan Keluarga 70
4.17 Distribusi Frekuensi Indikator Cara Orang Tua Mendidik 71
4.18 Distribusi Frekuensi Indikator Relasi Antar Anggota Keluarga 71
4.19 Distribusi Frekuensi Indikator Suasana Rumah..... 71
4.20 Distribusi Frekuensi Indikator Keadaan Ekonomi Keluarga 72
4.21 Distribusi Frekuensi Indikator Pengertian Orang Tua 72
4.22 Distribusi Frekuensi Indikator Latar Belakang Kebudayaan 73
4.23 Hasil Uji Normalitas Dengan Kolmogorof- Smirnov 75
4.24 Hasil Uji Linearitas 76
4.25 Hasil Uji Multikolonieritas 77
4.26 Hasil Uji Heteroskedastisitas 78
4.27 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda 79
4.28 Hasil Uji Signifikansi Simultan 81

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

4.29 Hasil Uji Signifikansi Parsial 82
4.30 Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan..... 83
4.31 Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial 84

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR GAMBAR

2.1 Proses Keputusan Pembelian 21
2.2 Kerangka Berfikir Peneliti 41
4.1 Hasil Uji Normalitas 74

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR LAMPIRAN

1.1 Surat Izin Penelitian 94
1.2 Surat Keterangan Penelitian 95
1.3 Data Responden 96
1.4 Angkat Data Awal 100
1.5 Tabulasi Data Awal Perilaku Konsumsi 101
1.6 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian 103
1.7 Angket Penelitian 104
1.8 Tabulasi Data Variabel Perilaku Konsumsi 112
1.9 Tabulasi Variabel Kelas Sosial Ekonomi 116
1.10 Tabulasi Variabel Lingkungan Keluarga 122
1.11 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Perilaku Konsumsi 128
1.12 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Kelas Sosial Ekonomi 129
1.13 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Lingkungan Keluarga 129
1.14 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Perilaku Konsumsi 131
1.15 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Kelas Sosial Ekonomi 135
1.16 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Lingkungan Keluarga 138
1.17 Analisis Regresi Linear Berganda 142
1.18 Hasil Uji Normalitas 143
1.19 Hasil Uji Multikolonieritas 144
1.20 Hasil Uji Liniearitas 145
1.21 Hasil Uji Heterodeskadisitas 146
1.22 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F) 147
1.23 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T) 148
1.24 Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan (R^2) 149
1.25 Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial (r^2) 150

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia mempunyai penduduk sebesar 255,708,785 jiwa atau 3.49% dari jumlah penduduk dunia dan menempati posisi keempat di dunia (Divisi Kependudukan Perserikatan Bangsa-Bangsa:2015). Setiap hari penduduk yang terdiri dari laki-laki dan perempuan, usia anak sampai dengan usia lanjut, miskin dan kaya, kulit hitam, dan sawo matang dan kuning memerlukan pangan, sandang dan papan. Setiap penduduk harus membeli, kemudian menggunakan, memakai dan mengkonsumsi berbagai kebutuhan barang dan jasa baik untuk memenuhi kebutuhan yang paling dasar sampai dengan kebutuhan untuk mengaktualisasikan dirinya. Aktualisasi merupakan kebutuhan manusia yang paling tinggi. Kebutuhan ini timbul ketika kebutuhan-kebutuhan pada tingkat dibawahnya telah terpenuhi secara penuh. Semakin tinggi tingkat kebutuhan maka semakin tinggi harga yang harus dibayar. Kebutuhan merupakan sebagi suatu kesenjangan atau pertentangan yang dialami antara suatu kenyataan dengan dorongan yang ada dalam diri. Apabila konsumen kebutuhannya tidak terpenuhi, ia akan menunjukkan perilaku kecewa. Sebaliknya jika kebutuhannya terpenuhi, konsumen akan memperlihatkan perilaku yang gembira sebagai manifestasi rasa puasnya. Siswa juga hendaknya sadar bahwa tidak selamanya kebutuhan yang dicari akan terpenuhi karena masalah kelangkaan.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Kebutuhan juga merupakan fundamen yang mendasari perilaku konsumen (Mangkunegara, 2002:5). Setiap individu dalam pemenuhan kebutuhannya tidak

pernah terlepas dari aktivitas ekonomi, salah satunya konsumsi barang dan jasa. Pemenuhan kebutuhan setiap individu selalu dihadapkan pada berbagai pilihan *(prefence)* yang ada di pasar. Pada hakikatnya setiap konsumen sebagai individu memiliki kebutuhan berbeda-beda. Kebutuhan akan berkembang seiring dengan perkembangan yang terjadi di lingkungan masyarsakat. Konsumen akan berinteraksi dengan konsumen lain dan dari interaksi tersebut konsumen akan mendapatkan informasi-informasi penting berkaitan dengan cara-cara untuk memenuhi kebutuhan. Konsumen juga belajar dari media yang ada di sekitarnya serta belajar dari lingkungannya.

Manusia perlu belajar bagaimana menentukan pilihan, hal inilah yang akan dipelajari dalam ilmu ekonomi. Dengan demikian ilmu ekonomi membantu manusia agar upaya kearah pemenuhan kebutuhan yang selalu langka tersebut bisa dilakukan dengan baik. Individu tidak salah pilih ketika membeli dan mengkonsumsi produk barang dan produk jasa diperlukan pengetahuan dan pemahaman tentang konsumen dan perilaku konsumen.

Konsumsi dapat dibedakan ke dalam konsumsi makanan dan bukan makanan (Dumairy,1999:119). Konsumsi makanan merupakan pembelanjaan pendapatan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pangan seperti makanan, minuman, jajan dan lain sebagainya. Sedangkan konsumsi bukan makanan adalah pembelanjaan pendapatan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan selain pangan seperti alat tulis, kuota internet, peralatan pribadi dan lain sebagainya. Siswa setiap harinya melakukan aktivitas ekonomi setiap harinya termasuk konsumsi. Kegiatannya disebut dengan konsumsi, sementara pelaku/siswa disebut

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

dengan konsumen. Konsumen adalah pemakai, penikmat, pemanfaat, pemakan, peminum, penerima, pendengar, pemirsa, dan masih banyak lagi.

Berdasarkan observasi awal peneliti, kabupaten Kudus merupakan kabupaten dengan luas wilayah terkecil di Jawa Tengah. Namun dibalik luas wilayahnya yang kecil, kabupaten yang terletak di sebelah timur kota semarang ini memiliki lima pasar daerah yang merupakan pusat grosir di Jawa Tengah dan salah satunya pasar kliwon. Berdasarkan BPS Kabupaten Kudus tahun 2015 Kudus terdapat 56 pasar modern dan sudah banyak pasar-pasar yang berkembang bahkan mengalami kenaikan. Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 2 Kudus terletak di Kabupaten Kudus dan berbatasan langsung dengan Kabupaten Jepara di sisi barat dan dengan Kabupaten Demak di sisi sebelah selatan, letaknya di Jalan Raya Kudus-Jepara Prambatan Kidul, Kaliwungu, Kudus. Letak sekolahan yang strategis dan dekat dengan kota, menjadikan kesempatan bagi siswa untuk jalan-jalan, belanja dan bermain.

Diketahui bahwa alokasi rata-rata uang saku siswa per bulan digunakan untuk jajan sebesar Rp 180.500, makan sebesar Rp 55.600, pulsa sebesar Rp 33.300, transportasi sebesar Rp 33.600 dan membeli kebutuhan lain sebesar Rp 67.400. Defisit yang dialami siswa lebih tinggi yaitu sebesar 71%, impas sebesar 19% dan surplus sebesar 10%. Hal inilah yang menjadikan peneliti tertarik mengambil kudus sebagai tempat penelitian.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Selain itu, dampak globalisasi semakin terasa setelah muncul pusat-pusat perbelanjaan dan berbagai macam barang dan jasa yang tersedia. Hal tersebut menunjukkan mudahnya memperoleh barang-barang yang beraneka ragam dan

kemudahan dalam fasilitas yang lainnya. Pergeseran perilaku konsumsi makanan dan bukan makanan sangat tipis, dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 1.1
Data Konsumsi Makanan Dan Non Makanan

Keterangan	Tahun (Rupiah)		
	2013	2014	2015
Makanan	Rp 284.669	Rp 320.140	Rp 319.891
Non makanan	Rp 315.151	Rp 418.512	Rp 409.852

Sumber : BPS Kabupaten Kudus pada tahun 2017

Konsumsi makanan masyarakat Kudus mengalami kenaikan pada tahun 2014 sebesar 32140 namun pada tahun 2015 mengalami penurunan yaitu sebesar 319891. Masyarakat lebih banyak menkonsumsi non makanan dari pada makanan yaitu bisa dilihat pada tabel 1.1, pada tahun 2015 konsumsi makanan sebesar 319891 tetapi konsumsi non makanan jauh lebih banyak yaitu sebesar 409852. Tetapi dari jumlah konsumsi non makanan, ternyata pada tahun 2015 mengalami penurunan dimana pada tahun 2014 sebesar 418512 menjadi 409852 pada tahun 2015.

Perilaku tersebut berimbas pada sebagian besar siswa dan remaja tanpa memandang pendapatan orang tua. Pola hidup global tercermin dalam pola perilaku konsumsi yang menyangkut jumlah barang dan jasa yang dibeli siswa. Peran orang tua dalam pembelian barang-barang kebutuhan anaknya mulai tergeser seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi yang cepat. Untuk masa sekarang ini, dalam membeli suatu barang, remaja cenderung tidak meminta pertimbangan dari orang tua tetapi mereka lebih percaya kepada dirinya sendiri seperti membeli pakaian, sepatu, tas, *handphone* dan lain sebagainya. Perilaku konsumsi siswa diketahui dari tabel berikut :

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Tabel 1.2
Data Pola Konsumsi Siswa

No	Jenis Konsumsi	Jumlah
1.	Jajan	Rp 180.510
2.	Makan	Rp 55.612
3.	Pulsa	Rp 33.265
4.	Transportasi	Rp 33.571
5.	Lainnya (hiburan, nongkrong, jalan-jalan, dll)	Rp 67.449

Sumber : Wawancara pada tahun 2017

Siswa cenderung mengarah kepada konsumsi yang tidak efektif, yaitu perilaku konsumsi yang tidak lagi mempertimbangkan keadaan ekonomi orang tuanya melainkan dalam benak mereka hanya tertanam kesenangan dan kepuasan. Bahkan ada yang memaksakan kehendak dengan menggunakan uang sekolah untuk membeli sesuatu karena gengsi dan untuk mengejar kepuasan, padahal sebenarnya barang tersebut belum dibutuhkan. Siswa telah mendapat pembelajaran ekonomi terkait kegiatan ekonomi terkait konsumsi, produksi dan distribusi namun mereka belum bisa mengimplementasikan di kehidupan sehari-hari. Dari observasi didapat bahwa siswa sedang di Mall sedang memilih-milih sepatu, baju, tas dan lain-lain.

Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi yaitu kelas sosial ekonomi orang tua. Kelas sosial ekonomi orang tua pengukurannya dilakukan secara obyektif dari pekerjaan, pendidikan, dan pendapatan orang tua (Suryani, 2008:272).

Tingkat pendapatan orang tua siswa menunjukkan semakin tinggi pendapatan orang tua maka kesempatan untuk berkonsumsi tinggi pula. Pendapatan orang tua dapat mempengaruhi siswa ketika mengkonsumsi barang dan jasa. Jika orang tua mampu memberikan uang saku yang besar namun tanpa

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

disertai pengawasan dan pengetahuan tentang konsumsi dengan baik, akan menjadikan siswa tidak rasional dalam berkonsumsi. Siswa yang telah mendapatkan pembelajaran ekonomi hendaknya bisa rasional ketika mengonsumsi sesuatu.

Seseorang yang tinggal di kota tertentu dikatakan di kelas menengah, jika pendapatannya sesuai dengan kondisi pembagian tersebut, berarti bahwa pendapatan di kota-kota yang sangat maju cenderung akan lebih tinggi dibandingkan dengan kota-kota kecil dan daerah pedesaan. Hal ini terjadi karena biaya hidup yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan dasar akan jauh lebih tinggi di kota-kota besar daripada di kota kecil. Seseorang yan berada di kota akan menghabiskan sejumlah besar penghasilannya untuk sewa rumah, transportasi, fasilitas kesehatan, hiburan, dan lain-lain.

Indikator selanjutnya yang mempengaruhi perilaku konsumsi terkait kelas sosial ekonomi orang tua adalah bahwa pekerjaan orang tua. Pekerjaan orang tua siswa yaitu PNS, Guru non PNS, wiraswasta, pedagang dan lain-lain. Pekerjaan dijadikan sebagai indikator dalam kelas sosial. Dapat dipahami bahwa karena pekerjaan terkait langsung dengan kedudukan dan kelas sosial seseorang di masyarakat. semakin tinggi sosial dengan masyarakat semakin dihormati begitu sebaliknya.

Kasus dan fenomena yang telah dijelaskan sebelumnya, merupakan kejadian yang sangat memprihatinkan dan timbul akibat dari adanya perilaku konsumsi di kalangan para remaja saat ini. Kejadian-kejadian tersebut dapat ditemukan pula pada siswa di lingkungan MAN 2 Kudus. MAN 2 Kudus merupakan satuan

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

pendidikan yang berada di daerah administratif Kota Kudus dan dapat dikatakan berada di wilayah perkotaan dengan perkembangan teknologi, informasi, dan pergaulan yang cukup pesat sehingga dikhawatirkan dapat mempengaruhi perilaku para siswanya.

Penelitian ini mengkaji khusus pada siswa MAN 2 Kudus, karena begitu pentingnya periode masa remaja dalam menentukan kehidupan di masa depan, khususnya siswa kelas X IPS MAN 2 Kudus. Peneliti memilih kelas X IPS sebagai pertimbangan bahwa siswa kelas X dalam pelajaran ekonomi terdapat materi tentang perilaku konsumsi. Idealnya, apabila siswa telah mendapatkan pelajaran terkait perilaku konsumsi seharusnya siswa dapat mengimplementasikan pembelajaran didalam kehidupan sehari-hari, seperti penerapan pola hidup berskala prioritas dan bijaksana dalam mempergunakan atau membelanjakan uangnya dengan cara bertindak ekonomis yaitu mempertimbangkan hasil dan pengorbanan.

Perilaku konsumsi siswa tergolong tinggi seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Purwati (2011) yang meneliti tentang "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Persepsi atas Lingkungan, dan Prestasi Belajar Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif" mengatakan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa status sosial ekonomi orang tua siswa, persepsi siswa atas lingkungannya, dan prestasi belajar ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi siswa. Persepsi siswa atas lingkungan mempunyai pengaruh yang lebih besar bila dibanding dengan pengaruh status sosial ekonomi orang tua siswa. Sedangkan untuk prestasi belajar ekonomi sangat memberi kontribusi terhadap

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

besarnya pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi siswa dan besarnya pengaruh persepsi siswa atas lingkungannya terhadap perilaku konsumsi siswa. Untuk siswa yang berfikir lebih rasional dalam melakukan kegiatan konsumsi mereka akan memertimbangkan kondisi ekonomi orang tuanya setiap akan berkonsumsi dan lebih mampu menerapkan pengetahuan yang diperoleh dari gurunya, serta tidak mudah terpengaruh oleh promosi-promosi di pasar.

Perilaku konsumsi juga dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya lokal yang ada dalam lingkungan keluarga. Keluarga memiliki pengaruh yang kuat terhadap perkembangan anak, karena sebagian besar kehidupan anak berada di tengah keluarganya. Pendidikan yang diberikan orang tua seharusnya memberikan dasar bagi pengetahuan anak. Pendidikan ekonomi keluarga memiliki peranan terkait pembentukan perilaku individu termasuk dalam hal konsumsi. Salah satu kelompok yang berpengaruh pada perilaku individu adalah keluarga. Tetapi, hubungan antara siswa dengan anggota-anggota keluarga cenderung merosot setelah masuk sekolah menengah atas. Mereka cenderung membeli sesuatu berdasarkan kemauan sendiri dan kurang rasional. Hal tersebut karena masalah remaja merupakan bahan kajian yang potensial untuk digali dan diteliti.

Sehubungan dengan ulasan latar belakang masalah tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti tentang “Pengaruh Kelas Sosial Ekonomi Orang Tua dan Lingkungan Keluarga terhadap Perilaku Konsumsi (Studi Kasus Siswa Kelas X IPS MAN 2 Kudus)”.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti mengidentifikasi masalah untuk dicari penyelesaiannya :

1. Perilaku konsumsi Kabupaten Kudus menunjukkan penurunan pada tahun 2015, dan konsumsi yang lebih banyak masyarakat pilih adalah non makanan.
2. Kelas sosial ekonomi orang tua berpengaruh terhadap perilaku konsumsi karena mayoritas siswa MAN 2 Kudus berasal dari keluarga kelas ekonomi menengah keatas.
3. Terjadi pergeseran makna konsumsi mahasiswa pada suatu barang yakni bukan karena manfaat atau kebutuhan namun menjadi sebuah alat pemuas keinginan.

1.3 Cakupan Masalah

Batasan masalah ini dimaksudkan untuk memberi gambaran yang jelas tentang maksud dari judul untuk menghindari kesalah pahaman terhadap masalah yang diteliti. Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penelitian ini difokuskan pada perilaku konsumsi siswa dengan kelas sosial ekonomi orang tua dan lingkungan keluarga sebagai variabel yang mempengaruhinya. Responden dalam penelitian ini yakni siswa kelas X IPS MAN 2 Kudus dengan populasi sebanyak 114 siswa dan sampel 88 siswa. Dan tempat penelitian ini dilakukan di MAN 2 Kudus Jalan Prambatan Kidul, Kaliwungu, Kudus.

1.4 Rumusan Masalah

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Adakah pengaruh kelas sosial ekonomi orang tua dan lingkungan keluarga terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IPS MAN 2 Kudus?
2. Adakah pengaruh kelas sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IPS MAN 2 Kudus?
3. Adakah pengaruh lingkungan keluarga terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IPS MAN 2 Kudus?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitan ini adalah :

1. Mengetahui seberapa besar pengaruh kelas sosial ekonomi orang tua dan lingkungan keluarga terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IPS MAN 2 Kudus.
2. Mengetahui seberapa besar kelas sosial ekonomi orang tua berpengaruh terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IPS MAN 2 Kudus.
3. Mengetahui seberapa besar lingkungan keluarga berpengaruh terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IPS MAN 2 Kudus.

1.6 Kegunaan Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini terdiri dari manfaat teoritis dan praktis. Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

a. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini dapat memperkaya kajian ilmu pengetahuan, khususnya yang berkaitan dengan output dari proses pendidikan di Perguruan Tinggi

program study ekonomi mengenai pengaruh kelas sosial ekonomi orang tua dan lingkungan keluarga terhadap perilaku konsumsi siswa.

b. Secara Praktis

1. Bagi Universitas

   Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi mahsiswa yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut dan sebagai bahan bacaan yang diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan khususnya mengenai pengaruh kelas sosial ekonomi orang tua dan lingkungan keluarga terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IPS MAN 2 Kudus.

2. Bagi Penulis

   Bagi penulis diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu, berkaitan dengan pengaruh kelas sosial ekonomi orang tua dan lingkungan keluarga terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IPS MAN 2 Kudus.

3. Bagi Siswa

   Bagi siswa selaku responden dalam penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat agar menjadi konsumen yang bijak dan lebih rasional ketika mengonsumsi barang dan jasa yang dibeli.

1.7 Orisinalitas Penelitian

Penelitian tentang kelas sosial ekonomi orang tua, dan lingkungan keluarga terhadap perilaku konsumsi siswa telah dilakukan beberapa peneliti sebelumnya. Penelitian tentang pengaruh status sosial orang tua terhadap perilaku konsumsi antara lain, penelitian yang dilakukan Purwati (2011) menyatakan bahwa status sosial orang tua dengan diintermediasi prestasi belajar ekonomi memiliki

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

pengaruh terhadap prilaku konsumsi siswa. Adapun besarnya pengaruh langsung adalah 0,165, dan besarnya pengaruh tidak langsung adalah 0,0413. Untuk besarnya pengaruh total sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi siswa dengan ditermediasi prestasi belajar ekonomi siswa adalah 0.440. Hal ini berarti bahwa dengan diintermediasi prestasi belajar, Status sosial ekonomi orang tua berpengaruh terhadap perilaku konsumsi siswa. Artinya semakin tinggi prestasi belajar ekonomi siswa maka dalam berperilaku konsumsi siswa juga semakin mempertimbangkan kondisi sosial ekonomi orang tua.

Penelitian-penelitian diatas memberikan fakta-fakta yang empiris bahwa pengaruh kelas sosial ekonomi orang tua dan lingkungan keluarga terhadap perilaku konsumsi berbeda-beda yang ditunjukkan oleh koefisien determinasi secara parsial (r^2) yang dihasilkan. Dari temuan ini, menarik dikaji kembali dengan obyek dan waktu yang berbeda. Tentunya setiap obyek penelitian memiliki karakteristik yang berbeda-beda. jadi, orisinalitas dalam penelitian ini terletak pada variabel, obyek penelitian dan waktu yang berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

2.1 *Grand Theory*

2.1.1 *Behaviorisme Theory* (Teori Perilaku)

Behaviorisme theory (teori perilaku) menganggap bahwa semua yang dilakukan oleh organisme termasuk tindakan, pikiran atau perasaan harus dianggap sebagai perilaku yang berdasar pada proporsi dalam filosofi psikologi. Teori ini dapat digambarkan secara ilmiah tanpa harus melihat sebuah peristiwa / kejadian secara fisiologis internal atau pikiran.

Skinner, 1958 (Rifa'i dan Anni, 2010:106) mendefinisikan bahwa belajar merupakan suatu proses perubahan perilaku. Perilaku dalam belajar mempunyai arti yang luas, yang sifatnya bisa berwujud perilaku yang tidak tampak *(innert behavior*) atau perilaku yang tampak (*overt behavior*). Memahami perilaku individu dapat dilihat dari beberapa pendekatan, yaitu pendekatan psikoanalisis, pendekatan behavioral dan pendekatan humanisme.

a. Pendekatan psikoanalisis

Psikoanalisis merupakan satu pendekatan dalam memahami suatu perilaku, dimana teori ini memandang bahwa ketidaksadaran (*unconscious mind*) lebih memerankan peranan dalam suatu perilaku dibandingkan kesadaran (*conscious mind*). Ketidaksadaran pada teori psikoanalisis tercermin melalui beberapa perilaku seperti: kekeliruan, lupa, keseleo lidah, dan mimpi.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

b. Pendekatan Behavioral

Behavioral merupakan suatu pendekatan dalam memahami suatu perilaku menekankan pada suatu kondisi stimulus respon, dimana perilaku yang ditampilkan oleh seseorang merupakan hasil kejadian masa lampau. Sikap dan perilaku yang ditampilkan ini diartikan sebagai hasil belajar dan stimulus dari kondisi belajar seseorang pada masa lampau, seperti pengalaman belajar.

c. Pendekatan humanisme

Humanisme merupakan suatu pendekatan yang menggunakan prinsip *unconditonal positive regard* atau dengan kata lain pendekatan ini memandang manusia sebagai individu yang rasional, baik, dapat dipercaya, sehat, mandiri dan otonom. Ferrinadewi (2008:71) menyatakan bahwa pada dasarnya teori behavioral merupakan proses belajar yang terjadi sebagai hasil respon konsumen terhadap peristiwa-peristiwa eksternal. Respon terhadap stimuli eksternal merupakan hasil proses belajar yang terjadi dalam benak konsumen, terdiri dari 2 (dua) pendekatan, yaitu:

1. *Classical Conditioning,*

Pendekatan ini berpendapat bahwa organisme termasuk manusia adalah bentuk yang pasif yang dapat dipertunjukkan sejumlah stimuli secara berulang-ulang. Hingga akhirnya stimulus tersebut terkondisikan dan manusia pasti akan menunjukkan respon yang sama untuk stimuli tersebut.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2. *Instrumental Conditioning*

Pendekatan ini terjadi ketika konsumen belajar untuk menghubungkan antara stimulus dengan respon tertentu ketika ada dorongan untuk melakukan hal

tersebut. Artinya konsumen hanya akan menghubungkan stimulus dengan respon bila terdapat sesuatu yang mendorongnya atau insentif misalkan rasa puas, atau apa saja yang merupakan penghargaan atau hadiah baginya. Pendekatan behaviorisme dicetuskan oleh John B. Watson yang berpendapat bahwa manusia akan berkembang berdasarkan stimulus yang diterimanya dari lingkungan sekitar (*stimulus-respons*). Aliran *behaviorisme* Watson memiliki dua prinsip dasar (Chaer 2009:88) yaitu:

a. Prinsip Kebaruan *(Recency principle)*, yang menyatakan manusia akan memberikan respon yang kuat apabila baru saja menerima stimulus, apabila stimulus sudah lama diberikan maka pengaruhnya akan lebih lemah.

b. Prinsip Frekuensi *(Frequency principle)*, yang menyatakan manusia akan memberikan respon yang kuat apabila sering / banyak menerima stimulus, apabila stimulus itu jarang diberikan maka responnya akan lemah. Tingkah laku murid-murid merupakan reaksi-reaksi terhadap lingkungan mereka pada masa lalu dan masa sekarang, dan bahwa segenap tingkah laku merupakan hasil belajar (Dalyono, 2005: 30). Menurut teori ini, orang terlibat di dalam tingkah laku tertentu karena mereka telah mempelajarinya, melalui pengalaman-pengalaman terdahulu, menghubungkan tingkah laku tersebut dengan konsumsi (Desmita, 2009: 44). Teori behaviorisme relevan untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2.1.2 *Consumer Behavior Theory* (Teori Perilaku Konsumen)

Consumer behavior theory (teori perilaku konsumen) menganggap bahwa semua yang dilakukan oleh konsumen termasuk motivasi, persepsi pembelajaran,

keyakinan, sikap, dll dianggap sebagai perilaku yang berdasar pada proporsi dalam filosofi psikologi (Demirdjian 2014).

Definisi perilaku konsumen merupakan studi tentang individu atau kelompok dalam memilih, membeli atau menggunakan barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Teori *consumer behavior* dalam penelitian ini mengimplikasikan bahwa siswa (konsumen) dalam memilih, membeli, menggunakan barang dan jasa harus berdasarkan kebutuhan bukan berdasar keinginan. Teori ini jika diterapkan akan membantu siswa dalam mencegah perilaku konsumsi yang tidak rasional. Pendekatan *economic man* dalam *consumer behavior theory* dapat membantu siswa untuk berperilaku rasional dalam kehidupan sehari-hari. Hakikat dari pendidikan ekonomi adalah mendidik para siswa agar bersikap bijak menggunakan sumber daya yang terbatas dalam memenuhi kebutuhannya. Hal ini sejalan dengan kurikulum nasional untuk mata pelajaran ekonomi yang diterapkan di tingkat Madrasah Aliyah Negeri (MAN).

2.2 Kajian Variabel Penelitian

2.2.1 Perilaku Konsumsi

2.2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumsi

Perilaku konsumsi merupakan salah satu bagiam dari perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan yang dilakukanya, sehingga kajian tentang perilaku konsumsi tidak dapat dipisahkan dengan teori dalam perilaku konsumen. Simamora (2004:5) mengatakan bahwa terdapat beberapa teori yang membahas

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

mengenai perilaku konsumsen diantaranya teori ekonomi,teori psikologis,teori sosiologis dan teori anthropologis.

Perilaku konsumen (Nitisusastro, 2012:31) dikemukakan beberapa ahli sebagai berikut : Menurut Sciffmen dan Kanuk merujuk kepada perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan ,mengevaluasi dan menghabiskan produk barang dan produk jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Selanjutnya dapat dijelaskan bahwa perilaku konsumen terbagi dua bagian, yang pertama adalah perilaku yang tampak, variabel-variabel yang termasuk ke dalamnya adalah jumlah pembelian ,waktu ,karena siapa, denhgan siapa dan bagaimana konsumen melakukan pembelian. Kedua adalah perilaku yang tak nampak, variabel variabel nya antara lain persepsi,ingatan terhadap informasi dan perasaan kepemilikan konsumen. Sedangkan Kotler dan Armstrong mengartikan perilaku konsumen sebagai perilaku pembelian konsumen akhir, baik individu maupun rumah tangga, yang membeli produk untuk konsumsi personal.

Perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi (Sumarwan, 2011:5).

2.2.1.2 Indikator Perilaku Konsumsi

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Perilaku perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-

hal di atas atau kegiatan mengevaluasi. (Sumarwan, 2011:5). Kesimpulannya bahwa perilaku konsumsi terdapat suatu proses keputusan pembelian yang dilakukan konsumen dan konsumsi produk dan jasa. Indikator perilaku konsumsi yaitu :

1. Proses Keputusan Pembelian Konsumen :
   a. Pengenalan Kebutuhan
   b. Pencarian Informasi
   c. Evaluasi Alternatif Sebelum Pembelian
   d. Keputusan Pembelian.
   e. Perilaku Sesudah Pembelian
2. Konsumsi

   Urutan perilaku konsumsi : Pengenalan Kebutuhan, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif Sebelum Pembelian, Keputusan Pembelian, Konsumsi, dan Perilaku Sesudah Pembelian.

2.2.1.3 Faktor-Faktor Perilaku Konsumsi

Menurut Kottler dan Amstrong (1997:15) ada beberapaa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam proses perilaku pembelian. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu :

1. Faktor internal

Faktor internal adalah unsur-unsur internal psikologis yang melekat pada setiap individu konsumen. Unsur-unsur faktor internal meliputi:

a. Persepsi merupakan proses psikologis yang kompleks yang juga melibatkan aspek fisiologis.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

b. Kepribadian merupakan karakteristik individual yang merupakan perpaduan dari sifat, temperamen, kemampuan umum dan bakat. Karakteristik keprivadian antara lain bersifat unik, terbentuk melalui interaksi dengan lingkungan masyarakat, bersifat relatif permanen, dan dapat berubah jika terdapat kondisi yang mampu merubahnya.

c. Pembelajaran merupakan sebuah proses untuk mendapatkan pengetahuan dan pengalaman. Dengan hasil pengetahuan dan pengalaman ini akan memberikan bekal untuk bertindak di masa datang jika menghadapi situasi yang sama.

d. Motivasi merupakan proses timbulnya dorongan sehingga konsumen tergerak untuk membeli suatu produk. Motivasi ini timbul karena adanya motif, yakni adanya kebutuhan, keinginan maupun harapan yang tidak terpenuhi.

e. Sikap merupakan predisposisi yang dipelajari, terbentuk sebagai hasil proses belajar yang sifatnya konsisten yang diekspresikan dalam bentuk suka atau tidak suka terhadap suatu obyek. Sikap mempunyai variasi nilai.

2. Faktor eksternal.

Faktor eksternal adalah semua kejadian yang berkembang secara dinamis di sekitar self control kehidupan konsumen. Unsur-unsur faktor eksternal meliputi :

a. Demografi merupakan meujuk pada tingkat vitalitas dan ukuran kependudukan, demografi membantu melokalisasi targer pasar dimana karkateristik psikologi dan socio cultural membantu menggambarkan tentang bagaimana mereka berpikir dan bagaimana mereka berperasaan.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

b. Keluarga merupakan didefinisikan sebagai dua atau lebih orang yang mempunyai hubungan darah, pernikahan atau adopsi yang tinggal bersama.

c. Kelas sosial merupakan satu rangkaian tingkatan posisi sosial, dimana tiap anggota dari tingkat-tingkat antro menempati posisisnya, atau sejumlah ke lompok yang membagi-bagi kelompoknya dalam strata tingkatan.

d. Referensi kelompok merupakan seseorang atau kelompok yang dijadikan acuan oleh seorang dalam membentuk pandangan tentang nilai khusus sikap atau sebagai pedoman berperilaku yang memiliki ciri-ciri khusus.

2.2.1.4 Pembagian Perilaku Konsumen

Perilaku Konsumen secara umum dibagi menjadi 2 yaitu perilaku konsumen yang bersifat rasional dan irrasional. Berikut ini beberapa ciri-ciri dari perilaku konsumen yang bersifat rasional:

1. Konsumen memilih barang berdasarkan kebutuhan.

2. Barang yang dipilih konsumen memberikan kegunaan optimal bagi konsumen.

3. Konsumen memilih barang yang mutunya terjamin.

4. Konsumen memilih barang yang harganya sesuai dengan kemampuan konsumen.

Beberapa ciri-ciri perilaku konsumen yang bersifat irrasional:

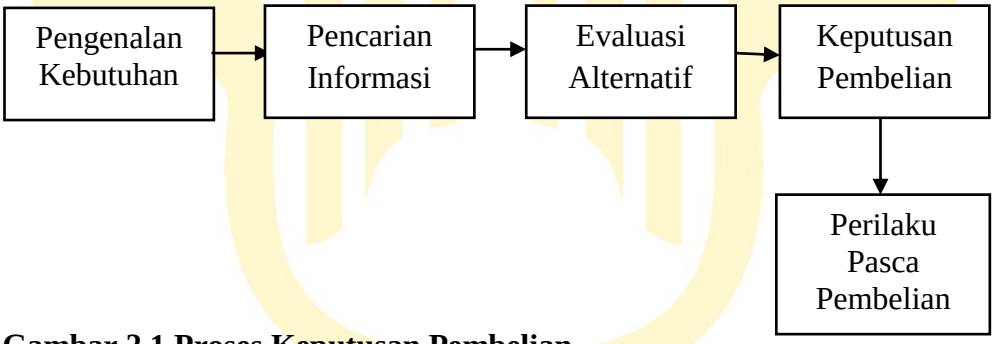
1) Konsumen sangat cepat tertarik dengan iklan dan promosi di media cetak maupun elektronik.

2) Konsumen memiliki barang-barang bermerk atau branded yang sudah dikenal luas.

3) Konsumen memilih barang bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan gengsi atau prestise.

2.2.1.5.1 Proses Keputusan Konsumen

Ada lima tahap yang dilalui konsumen dalam proses proses pembelian, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif,keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Model ini menekan kan bahwa proses pembelian, peristiwa pembelian, sebelum pembelian dan berakibat jauh setelah pembelian. Setiap konsumen harus melewati kelima tahap ini untuk setiap pembelian yang mereka buat dan berikut melukiskan proses tersebut:



Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian
Sumber : Kotler dan Keller,2009

Sumarwan(2011:361) menyatakan bahwa keputusan membeli atau mengonsumsi suatu produk akan diwali oleh langkah sebagai berikut:

1. Pengenalan Kebutuhan

Pengenalan kebutuhan muncul ketika konsumen menghadapi suatu masalah yaitu keadaan dimana terdapat perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan keadaan yang sebenarnya terjadi. Kebutuhan ini disebabkan karena adanya rangsangan internal maupun eksternal. Rangsangan internal diantaranya kebuthan-

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

kebutuhan normal seseorang,yaitu rasa lapar, dahaga, dll yang timbul sampai ke tingkat tertentu dan menjadi dorongan. Rangsangan eksternal terjadi karena isyrat memacu, misalnya melihat iklan.

2. Pencarian Informasi

Pencarian informasi mulai dilakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan membeli dan mongonsumsi suatu produk. Konsumen akan mencari informasi yang tersimpan di dalam ingatanya (pencarian internal) dan mencari informasi dari luar(pencarian eksternal)

3. Evaluasi Alternatif Sebelum Pembelian

Evaluasi alternatif adalah proses mngevaluasi produk dan merk sebelum memilihnya sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Pada proses evaluasi alternatif, konsumen membandingkan berbagai pilihan yang dapat memecahkan masalah yang dihadapinya. Konsumen akan mencari manfaat tertentu selanjutnya melihat kepada atribut produk. Konsumen akan memberikan bobot yang berbeda untuk setiap atribut produk yang sesuai dengan kepentinganya. Kemudian konsumen mungkin akan mengembangkan himpunan kepercayaan merk. Konsumen juga dianggap memiliki fungsi utilitas, yaitu bagaimana konsumen mengharapkan kepuasan produk bervariasi menurut tingkat alternatif tiap ciri. Akhirnya konsumen akan tiba pada sikap ke arah alternatif merk melalui prosedur tertentu.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

4. Keputusan Pembelian

Jika konsumen setelah memutuskan alternatif yang akan dipilih dan mungkin penggantinya jika diperlukan, maka ia akan melakukan pembelian.

Pembelian meliputi keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, dan bagaimana cara membayarnya. Pembelian produk atau jasa yang dilakukan oleh konsumen bisa digolongkan kedalam tiga macam: pembelian yang terencana, pembelian yang separuh terencana dan pembelian yang tidak terencana.

5. Konsumsi

Setelah konsumen membeli atau memperoleh produk dan jasa. Biasanya akan diikuti proses konsumsi atau penggunaan produk. Ranti Wiliasih (Ependi, 2013) mengemukakan bahwa konsumsi dapat didefinisikan sebagai tindakan yang menggunakan sumber daya untuk memenuhi kebutuhan.

6. Perilaku Sesudah Pembelian

Konsumen tidak akan berhenti sampai proses keputusan konsumsi. Konsumen akan melakukan evaluasi terhadap konsumsi yang telah dilakukanya. Konsumen akan melakukan proses evaluasi alternatif pasca pembelian atau pasca konsumsi inilah yang disebut sebai evaluasi alternatif tahap kedua. Hasil dari proses evaluasi pasca konsumsi menentukan kepuasan konsumen dan loyalitas terhadap suatu produk atau jasa.

2.2.2 Kelas Sosial Ekonomi Orang Tua

Menurut Suryani (2008: 263) Pengertian kelas sosial ekonomi oleh para ahli sudah di definisikan secara gambling. Pengertian kelas sosial ekonomi adalah pembagian kelas dalam masyarakat berdasarkan kriteria tertentu, baik menurut agama, pendidikan, status ekonomi, keturunan dan lain-lain. Setiap masyarakat senantiasa mempunyai penghargaan tertentu dalam masyarakat yang bersangkutan dan setiap masyarakat pasti mempunyai atau memiliki sesuatu yang dihargainya.

Sesuatu yang dihargai inilah sesungguhnya merupakan embrio atau bibit yang menumbuhkan adanya sistem berlapis-lapis, didalam masyarakat itu. Penghargaan yang lebih tinggi terhadap hal-hal tertentu, akan menempatkan hal tersebut pada kedudukan yang lebih tinggi dari hal-hal lainnya.

Biasanya barang yang di hargai itu berupa uang, benda-benda yang bersifat ekonomi, tanah, kekuasaan, ilmu pengetahuan, dan penghargaan yang lebih tinggi di masyarakat tersebut seperti keturunan dari keluarga yang terhormat atau pangkat. Jika ada sekelompok kecil dari masyarakat yang memiliki barang-barang berharga itu dalam jumlah yang besar, maka masyarakat umumnya menganggap mereka sebagai kelompok atau golongan yang berada pada lapisan atas. Sebaliknya dengan mereka yang memiliki sedikit sekali atau hampir tidak memiliki barang sesuatu yang berharga itu, punya kedudukan yang rendah dimata masyarakat.

Sistem berlapis-lapis ini dalam sosiologi dikenal sebagai "*Social Stratification*", yang berasal dari kata Stratum yang kalau jamaknya strata dan biasanya lebih dikenal dengan istilah lapisan atau yang biasa disebut dengan kelas sosial. Istilah lapisan yang terdapat dalam suatu masyarakat telah ada sejak manusia mengenal adanya kehidupan bersama didalam suatu organisasi sosial. Lapisan masyarakat mula-mula didasarkan pada perbedaan seks, perbedaan pemimpin dan yang dipimpin, golongan non budak dan golongan budak, pembagian kerja dan pembedaan masyarakat berdasarkan kekayaan.

Namun istilah kelas juga tidak selalu mempunyai arti yang sama, walaupun pada hakikatnya mewujudkan sistem kedudukan-kedudukan yang pokok dalam

masyarakat. Penjumlahan kelas-kelas dalam masyarakat disebut *class system*. Artinya, semua orang dan keluarga yang sadar akan kedudukan mereka itu diketahui dan diakui oleh masyarakat umum. Kelas sosial ekonomi dapat didefinisikan sebagai suatu strata (lapisan) orang-orang yang berkedudukan sama dalam kontinum (rangkaian kesatuan) status sosial.

Adapun definisi dari kelas sosial menurut para ahli sosiologi ialah:

1) Menurut Pitrim A. Sorokin yang dimaksud dengan kelas sosial adalah "Pembedaan penduduk atau masyarakat ke dalam kelas-kelas secara bertingkat (hierarchis). Dimana perwujudannya adalah lapisan-lapisan atau kelas-kelas tinggi, sedang, ataupun kelas-kelas yang rendah ".

2) Bernard Barber mendefinisikan kelas sosial sebagai sebagai himpunan keluarga-keluarga. Menurutnya, bahwa kedudukan seorang anggota keluarga dalam suatu anggota kelas terkait dengan kedudukan anggota keluarga lain. Bilamana seorang kepala keluarga atau anggota keluarga menduduki suatu status tinggi maka status anggota keluarga yang lain akan mendapatkan status yang tinggi pula. Sebaliknya apabila status kepala keluarga mengalami penurunan maka menurun pula status anggota keluarganya.

Dari beberapa definisi yang dikemukakan para ahli sosiologi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kelas sosial adalah pembedaan penduduk atau masyarakat ke dalam kelas-kelas secara bertingkat (hierarchis), yang mana terjadinya pembedaan kelas dalam masyarakat tersebut didasarkan pada faktor ekonomi, pendidikan, pekerjaan dan keterkaitan status (jabatan) seorang anggota

keluarga dengan status anggota keluarga yang lain, bilamana jabatan kepala keluarga naik, maka status anggota keluarga yang lain ikut naik pula.

Adapun perwujudannya adalah lapisan-lapisan atau kelas-kelas tinggi, sedang, ataupun kelas-kelas yang rendah . Adapun faktor yang menyebabkan seseorang tergolong kedalam suatu kelas sosial tertentu itu oleh sejumlah ilmuwan sosiologi disebabkan oleh beberapa faktor yaitu:

1. Pendapatan

Uang diperlukan pada kedudukan kelas sosial atas. Untuk dapat memahami peran uang dalam menentukan kelas sosial, kita harus menyadari bahwa pada dasarnya kelas sosial ekonomimerupakan suatu cara hidup. Diperlukan banyak sekali uang untuk dapat hidup menurut cara hidup orang berkelas sosial atas.

Mereka mampu membeli rumah mewah, mobil, pakaian, dan peralatan prabot rumah yang berkelas dan harganya mahal, namun tidak saja hanya berdasarkan materi akan tetapi cara bersikap juga menentukan kelas sosial ekonomi mereka. Uang juga memiliki makna yang lain, misalnya pendapatanseseorang yang diperoleh dari investasi lebih memiliki prestise daripada pendapatanyang diperoleh dari tunjangan pengangguran. Pendapatan yang diperoleh dari pekerjaan profesional lebih berfungsi daripada pendapatan yang berwujud upah pekerjaan kasar. Sumber dan jenis pendapatan seseorang inilah yang memberi gambaran tentang latar belakang keluarga dan kemungkinan cara hidupnya.

Jadi, uang memang merupakan determinan kelas sosial ekonomiyang penting, hal tersebut sebagian disebabkan oleh perannya dalam memberikan gambaran tentang latar belakang keluarga dan cara hidup seseorang.

2. Pekerjaan

Pekerjaan merupakan determinan kelas sosial ekonomilainnya. Pekerjaan juga merupakan aspek kelas sosial ekonomiyang penting, karena begitu banyak segi kehidupan lainnya yang berkaitan dengan pekerjaan. Jika dapat mengetahui jenis pekerjaan seseorang, maka kita bisa menduga tinggi rendahnya pendidikan, standar hidup, teman bergaul, jam bekerja, dan kebiasaan sehariharinya. Kita bahkan bisa menduga selera bacaan, selera tempat berlibur, standar moral dan orientasi keagamaannya. Dengan kata lain, setiap jenis pekerjaan merupakan bagian dari cara hidup yang sangat berbeda dengan jenis pekerjaan lainnya.

Keseluruhan cara hidup seseoranglah yang pada akhirnya menentukan pada kelas sosial ekonomi mana orang itu digolongkan. Pekerjaan merupakan salah satu indikator terbaik untuk mengetahui cara hidup seseorang. Oleh karena itu juga pekerjaan merupakan salah satu indikator terbaik untuk mengetahui kelas sosial ekonomi seseorang.

3. Pendidikan

Pendidikan merupakan hal yang sangat berpengaruh terhadap lahirnya kelas sosial ekonomi di masyarakat, hal ini disebabkan karena apabila seseorang mendapatkan pendidikan yang tinggi maka memerlukan biaya dan motivasi yang besar, kemudian jenis dan tinggi- rendahnya pendidikan juga mempengaruhi jenjang kelas sosial. Pendidikan juga bukan hanya sekedar memberikan

kerampilan kerja, tetapi juga melahirkan perubahan mental, selera, minat, tujuan, etiket, cara berbicara hingga perubahan dalam keseluruhan cara hidup seseorang.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat penulis simpulkan bahwa pendapatan, pekerjaan dan pendidikan merupakan tiga indikator yang cukup jelas yang membuat seseorang dapat digolongkan kedalam suatu kelas sosial. Ketiga indikator ini juga biasa dimanfaatkan oleh para ilmuwan dalam mengklasifikasikan kelas sosial.

2.2.3 Lingkungan Keluarga

2.2.3.1 Pengertian Lingkungan

Yusuf (2009:35) mengemukakan lingkungan adalah keseluruhan fenomena (peristiwa, situasi, atau kondisi) fisik atau sosial yang mempengaruhi atau dipengaruhi perkembangan siswa. Sedangkan menurut Joe Kathena dalam Yusuf (2009:35) menjelaskan bahwa lingkungan merupakan segala sesuatu yang berada diluar individu yang meliputi fisik dan sosial budaya.

Purwanto (2011:28) menjelaskan bahwa lingkungan *(envirenment)*adalah meliputi semua kondisi-kondisi dalam dunia ini yng dalam cara-cara tertentu mempengaruhi tingkah laku kita, pertumbuhan, perkembangan atau *life process* kita kecuali gen-gen, dan bahkan gen-gen dapat pula dipandang sebagai menyiapkan lingkungan *(to provide environment)* bagi gen yang lain.

Menurut teori Yusuf (2008:35) dapat disimpulkan bahwa lingkungan adalah fenomena dari luar individu yang berpengaruh atau mempengaruhi tingkah laku individu. Terjalinnya proses interaksi individu dengan lingkungan akan memberikan pengalaman agar individu mampu menyelesaikan diri dengan

lingkungannya. Perilaku konsumen perlu memahami pengaruh lingkungan yang membentuk dan menghambat individu dalam keputusan konsumsi mereka.

2.2.3.2 Pengertian Keluarga

Keluarga adalah kelompok sosial yang pertama dalam kehidupan manusia dimana ia belajar dan menyatakan diri sebagai manusia sosial dalam hubungan interaksi dengan kelompoknya (Gerungan, 1996:45). Keluarga adalah kelompok sosial kecil yang umumnya terdiri dari ayah, ibu, dan anak yang mempunyai hubungan relatif tetap dan didasarkan atas ikatan darah, perkawinan, dan atau adopsi (Ahmadi, 1991:167). Dalam arti luas keluarga adalah satu persekutuan hidup yang dijalin kasih sayang antara pasangan dua jenis manusia yang dikukuhkan dengan pernikahan yang bermaksud saling menyempurnakan diri (Soelaeman, 1994:12).

Lingkungan menurut Purwanto dalam (Asih, 2007:32) digolongkan menjadi tiga,yaitu:

- Lingkungan Keluarga, yang disebut juga lingkungan pertama.
- Lingkungan Sekolah, yang disebut juga lingkungan kedua.
- Lingkungan Masyarakat, yang disebut juga lingkungan ketiga

Pengaruh pertama dan utama bagi kehidupan, pertumbuhan dan perkembangan seseorang adalah pengaruh keluarga. Banyak sekali kesempatan dan waktu bagi seorang anak untuk berjumpa dan berinteraksi dengan keluarga. Perjumpaan dan interaksi sangat besar pengaruhnya terhadap prestasi seseorang. Keluarga merupakan lembaga pendidikan tertua yang bersifat informal. Keluarga bersifat informal dapat diartikan bahwa keluarga merupakan lembaga pendidikan

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

yang tidak mempunyai program resmi seperti yang dimiliki lembaga pendidikan formal.

Apabila hubungan orang tua dengan anak dan hubungan anak dengan anak berjalan dengan harmonis maka kondisi tersebut memberi stimulus dan respons yang bik dari anak sehingga perilaku dan prestasinya menjadi baik. Jadi yang dimaksud lingkungan keluarga adalah suatu daerah yang tediri dari ayah, ibu dan anak untuk mencapai tujuan bersama.

2.2.3.3 Indikator Lingkungan Keluarga

Slameto (2010:60) mengungkapakan indikator lingkungan keluarga sebagai berikut:

1. Cara orang tua mendidik.

Cara orang tua mendidik anaknya mempunyai pengaruh yang besar terhadap belajar anaknya. Orang tua yang kurang atau tidak memperhatikan pendidikan anaknya dapat menyebabkan anak kurang berhasil dalam belajarnya.

Orang tua yang kurang/tidak memperhatikan pendidikan anaknya, misalnya mereka acuh tak acuh terhadap anaknya, tidak memperhatikan sama sekali akan kepentingan-kepentingan dan kebutuhan-kebutuhan anaknya. Mendidik anak dengan cara memanjakannya adalahcara mendidik yang tidak baik. Orang tua yang terlalu kasihan terhadap anaknya tak sampai hati untuk memaksa anaknya belajar, bahkan membiarkan saja jika anaknya tidak belajar dengan alasan segan adalah tidak benar, karena jika hal itu dibiarkan berlarut-larut anak menjadi nakal, berbuat seenaknya saja pastilah menjadi kacau semuanya.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2. Relasi antar anggota keluarga.

Relasi antar anggota keluarga yang paling penting adalah antar orang tua dan anak. Hubungan yang baik adalah hubungan yang penuh pengertian dan kasih sayang, disertai dengan bimbingan, *reward* dan bila perlu hukuman jika anak melakukan pelanggaran atau kesalahan yang sudah melebihi batas yang tujuannya untuk mensukseskan belajar anak itu sendiri. Sebaliknya jika relasi anak dengan saudaranya atau anggota keluarga yang lain tidak baik, akan dapat meninmbulkan masalah-masalah yang lain.

3. Suasana rumah.

Suasana rumah dimaksudkan sebagai situasi atau kejadian-kejadian yang sering terjadi di dalam keluarga di mana anak berada dan belajar. Suasana rumah yang gaduh/ramai dan semrawut tidak akan memberi ketenangan kepada anak yang belajar. Suasana tersebut dapat terjadi pada keluarga besar yang terlalu banyak penghuninya.

Suasana rumah yang ramai, tegang, penuh pertengkaran antaranggota keluarga akan membuat anak tidak semangat dalam belajar dan lebih suka keluar rumah. Sebaliknya jika suasana rumah dalam keadaan baik, tentram, dan tenang anak akan merasa nyaman dan dapat belajar dengan baik.

4. Keadaan ekonomi keluarga.

Keadaan ekonomi keluarga erat hubungannya dengan belajar anak. Anak yang sedang belajar selain harus terpenuhi kebutuhan pokoknya, misalnya makan, pakaian, perlindungan kesehatan dan lain-lain, anak juga membutuhkan fasilitas belajar seperti ruang belajar, meja, kursi, penerangan, alat tulis menulis, buku-

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

buku dan lain sebagainya. Fasilitas belajar itu hanya dapat terpenuhi jika keluarga mempunyai cukup uang.

Jika anak hidup dalam keluarga miskin, kebutuhan pokok anak kurang terpenuhi, akibatnya kesehatan anak terganggu, sehingga belajar anak juga terganggu. Akibat lain anak akan selalu dirundung kesedihan sehingga anak merasa *minder* dengan teman lain, hal ini akan mengganggu belajar anak. Bahkan mungkin anak harus bekerja mencari nafkah sebagai pembantu orang tuanya walaupun sebenarnya anak belum saatnya untuk bekerja.

5. Pengertian orang tua

Anak belajar perlu dorongan dan pengertian orang tua. Kadang-kadang anak mengalami lemah semangat, orang tua wajib memberi pengertian, mendorongnya dan membantu secepat mungkin kesulitan yang dialami anak di sekolah.

6. Latar belakang kebudayaan.

Tingkat pendidikan atau kebiasaan di dalam keluaga mempengaruhi sikap anak dalam belajar. Perlu kepada anak ditanamkan kebiasaan-kebiasaan yang baik, agar mendorong semangat anak dalam belajar.

Keluarga merupakan sumber pendidikan utama. Karena segala pengetahuan, dan kecerdasan intelektual manusia pertama kali dari orang tua dan lingkungan keluargannya. Keluarga sebagai faktor pendorong dan pembimbing dalam proses perkembangan anak, dan lingkungan pertama yang mulai memberi pengaruh yang mendalam,anak memperoleh pendidikan yang mendasar dari berupa intelektual dan sosial dari keluarga serta suasana rumah sangat mempengaruhi perkembangan

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

psikologis dan prestasi anak. Motivasi orang tua adalah faktor keberhasilan prestasi pendidikan anak.

2.2.3.4 Fungsi Keluarga

Menurut Soelaeman (1994:85) fungsi keluarga adalah sebagai berikut

a. Fungsi edukasi

Fungsi edukasi adalah fungsi keluarga yang berkaitan dengan pendidikan anak khususnya dan pendidikan serta pembinaan anggota keluarga pada umumnya. Fungsi edukasi ini tidak sekedar menyangkut pelaksanaan tetapi menyangkut pula penentuan dan pengukuan landasan yang mendasari upaya pendidikan itu, pengarahan dan perumusan tujuan pendidikan, perencanaan dan pengolahannya, penyedian sarana dan prasarana dan pengayaan wawasannya.

b. Fungsi sosialisasi

Tugas keluarga tidak hanya mengembangkan individu menjadi pribadi yang mantap tetapi juga upaya membantunya dan mempersiapkannya menjadi anggota masyarakat yang baik. Dalam melaksanakan fungsi sosial, keluarga menduduki kedudukan sebagai penghubung anak dengan kehidupan sosial dan norma-norma sosial. Fungsi sosialisasi dapat membantu anak menemukan tempatnya dalam kehidupan sosial secara mantap yang dapat diterima rekan-rekannya bahkan masyarakat.

c. Fungsi lindungan atau fungsi proteksi

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Mendidik hakekatnya bersifat melindunggi yaitu melindungi anak dari tindakan yang tidak baik dan dari hidup yang menyimpang norma. Fungsi ini juga

melindungi anak dari ketidak mampuannya bergaul dengan lingkungan bergaulnya, melindungi dari pengaruh yang tidak baik.

d. Fungsi afeksi atau fungsi perasaan

Anak berkomunikasi dengan lingkungannya juga dengan keluarganya dengan keseluruhan pribadinya. Kehangatan yang terpancar dari keseluruhan gerakan, ucapan, mimik serta perbuatan orang tua merupakan bumbu pokok dalam pelaksanaan pendidikan anak dalam keluarga. Makna kasih sayang orang tua pada anaknya tidak tergantung dari banyaknya hadiah yang diberikan tetapi sejauh mana kasih sayang tersebut dipersepsikan atau dihayati. Yang ingin dicapai dalam fungsi ini adalah menciptakan suasana perasaan sehat dalam keluarga.

e. Fungsi religius

Keluarga wajib memperkenalkan dan mengajak anak dan anggota keluarga lainnya kepada kehidupan beragama. Tujuannya untuk mengetahui kaidah-kaidah agama juga untuk menjadi insan yang beragama sehingga menggugah untuk mengisi dan mengarahkan hidupnya untuk mengabdi kepada Tuhan.

f. Fungsi ekonomis

Fungsi ekonomis keluarga meliputi pencarian nafkah, perencanaan pembelanjaan serta pemanfaatannya. Keadaan ekonomi keluarga berpengaruh pada harapan orang tua akan masa depan dan harapan anak itu sendiri. Keluarga dengan ekonomi rendah menganggap anak sebagai beban. Sedangkan keluarga dengan ekonomi tinggi kemungkinan dapat memenuhi semua kebutuhan akan tetapi dalam pelaksanaanya tersebut belum menjamin pelaksanaan sebagai mana mestinya karena ekonomi keluarga tidak tergantung dari materi yang diberikan.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

g. Fungsi rekreasi

Rekreasi dirasakan orang jika ia menghayati suasana yang senang dan damai, jauh dari ketegangan batin, segar, santai, yang memberikan perasaan bebas dari ketegangan dan kesibukan sehari-hari. Makna fungsi rekreasi dalam keluarga diarahkan kepada tergugahnya kemampuan untuk dapat mempersiapkan kehidupan dalam keluarga secara wajar dan sungguh-sungguh sebagaimana digariskan dalam kaidah hidup berkeluarga.

h. Fungsi biologis

Fungsi biologis keluarga berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan biologis anggota keluarga. Kebutuhan akan keterlindungan fisik guna melangsungkan kehidupan seperti perlindungan kesehatan, rasa lapar, haus dan lain-lain. Dalam pelaksanaan fungsi-fungsi itu hendaknya tidak berat sebelah, tidak memisahkan fungsi-fungsi tersebut, tidak dilakukan oleh satu pihak saja.

2.3 Kajian Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini adalah :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Hasil
1.	Ana Purwati (2011)	Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Persepsi atas Lingkungan, dan Prestasi Belajar Ekonomi terhadap Perilaku Konsumsi JURNAL EKONOMI BISNIS, TH. 16, NO. 1,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa status sosial ekonomi orang tua siswa, persepsi siswa atas lingkungannya, dan prestasi belajar ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi siswa. Persepsi siswa atas lingkungan mempunyai pengaruh yang lebih besar bila dibanding

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

No	Peneliti	Judul	Hasil
		MARET 2011	dengan pengaruh status sosial ekonomi orang tua siswa. Sedangkan untuk prestasi belajar ekonomi sangat memberi kontribusi terhadap besarnya pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi siswa dan besarnya pengaruh persepsi siswa atas lingkungannya terhadap perilaku konsumsi siswa. Untuk siswa yang mempunyai prestasi belajar yang tinggi, siswa akan lebih rasional dalam melakukan kegiatan konsumsi, karena siswa tersebut akan memertimbangkan kondisi ekonomi orang tuanya setiap akan berkonsumsi dan lebih mampu menerapkan pengetahuan yang diperoleh dari gurunya, serta tidak mudah terpengaruh oleh promosi-promosi di pasar.
2.	Dias Kanserina Vol: 5 Nomor: 1 Tahun: 2015	Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015	Hasil penelitian ini menunjukan (1) literasi ekonomi (X1) berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif (Y) Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha sebesar -2,470, (2) gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha sebesar 12,839, (3) literasi Ekonomi (X1) dan gaya hidup (X2) berpengaruh

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

No	Peneliti	Judul	Hasil
			terhadap perilaku konsumtif (Y) Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha sebesar 85,453.
3.	Oktavia Nurfarika (2015)	Pengaruh Persepsi Tentang Peran Orang Tua, *Peer Group* Dan *Financial Literacy*terhadap Perilaku Konsumtif Pada SiswaKelas X IPS dan XI IPSdi SMA Negeri 7 SemarangTahun Ajaran 2014/2015	Hasil penelitian ini adalah (1) ada pengaruh negatif persepsi peran orangtua secara parsial sebesar 2,65%, (2) ada pengaruh positif *peer group* secaraparsial terhadap perilaku konsumtif siswa sebesar 40,70%, dan (3) ada pengaruh*financial literacy* secara parsial terhadap perilaku konsumtif siswa sebesar 3,17%. Peran orang tua, *peer group* dan *financial literacy* secara simultan berpengaruhterhadap perilaku konsumtif siswa sebesar 43,3%.

Sumber : Penelitian Tahun, 2015

Dalam penelitian sebelumnya sudah banyak penelitian tentang perilaku konsumsi pada siswa maupun mahasiswa. Salah satu penelitian tersebut menemukan bahwa variabel status sosial orang tua, persepsi atas lingkungan dan prestasi belajar ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi siswa (Ana Purwati : JURNAL EKONOMI BISNIS, TH. 16, NO. 1, MARET 2011). Penelitian ini ingin menguji apakah kelas sosial ekonomi orang tua dan lingkungan keluarga berpengaruh terhadap perilaku konsumsi pada siswa kelas X IPS MAN 2 Kudus.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2.4 Kerangka Berfikir

2.4.3 Pengaruh Kelas Sosial Ekonomi Dan Lingkungan Keluarga Secara Bersama-Sama Terhadap Perilaku Konsumsi

Kelas sosial ekonomi orang tua dikatakan berpengaruh tehadap perilaku konsumsi yang mengarah pada konsumsi barang dan jasa. Jika siswa mampu berfikir rasional dan mempertimbangkan pengeluaran uang sakunya, maka tidak akan terjadi konsumsi yang besar. Konsumsi yang tidak rasional dikarenakan siswa kurang memahami keadaan ekonomi keluarga dan pengetahuan tentang konsumsi dengan baik.

Lingkungan keluarga berpengaruh terhadap perilaku konsumsi karena nilai-nilai budaya lokal yang ada dalam lingkungan keluarga. Keluarga memiliki pengaruh yang kuat terhadap perkembangan anak, karena sebagian besar kehidupan anak berada di tengah keluarganya. Pendidikan yang diberikan orang tua seharusnya memberikan dasar bagi pengetahuan anak. Pendidikan ekonomi keluarga memiliki peranan terkait pembentukan perilaku individu termasuk dalam hal konsumsi. Salah satu kelompok yang berpengaruh pada perilaku individu adalah keluarga. Tetapi, hubungan antara siswa dengan anggota-anggota keluarga cenderung merosot setelah masuk sekolah menengah atas. Mereka cenderung membeli sesuatu berdasarkan kemauan sendiri dan kurang rasional.

2.4.2 Pengaruh Kelas Sosial Ekonomi terhadap Perilaku Konsumsi

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Menurut Suryani (2008:263) Kelas sosial ekonomi adalah pembagian kelas dalam masyarakat berdasarkan kriteria tertentu, baik menurut agama, pendidikan, status ekonomi, keturunan dan lain-lain. Setiap masyarakat senantiasa mempunyai

penghargaan tertentu dalam masyarakat yang bersangkutan dan setiap masyarakat pasti mempunyai atau memiliki sesuatu yang dihargainya.

Kelas sosial ekonomi orang tua dapat mempengaruhi siswa ketika mengkonsumsi barang dan jasa. Jika orang tua mampu memberikan uang saku yang besar namun tanpa disertai pengawasan dan pengetahuan tentang konsumsi dengan baik, akan menjadikan siswa tidak rasional dalam berkonsumsi. Orang tua siswa tergolong rendah ekonominya, hal tersebut berdasarkan kelas sosial ekonomi dilihat dari pekerjaan dan pendapatannya. Makin besar pendapatan yang mereka terima maka makin besar pula konsumsi adalah dimana sebagian saja dari pendapatan yang mereka terima akan digunakan untuk pengeluaran konsumsi" (Sukirno, 2009:178). Melihat kelas sosial ekonomi orang tua siswa yang masuk kategori rendah hendaknya bisa rasional ketika mengonsumsi sesuatu. Tetapi pada kenyataannya pengeluaran orang tua untuk memberi uang saku siswa cukup banyak dan tidak jarang uang saku yang diberikan tersebut habis.

Jika siswa memiliki perilaku yang baik dan mempertimbangkan ekonomi orang tua, maka akan bertindak secara rasional dan penuh pertimbangan dalam berkonsumsi. Tetapi remaja cenderung memiliki emosional yang cukup tinggi, sehingga banyak siswa yang bertindak tergesa-gesa dalam mengambil keputusan pembelian.

2.4.3 Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Perilaku Konsumsi

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Lingkungan keluarga adalah suatu daerah yang tediri dari ayah, ibu dan anak untuk mencapai tujuan bersama. Lingkungan keluarga sangat mempengaruhi perilaku siswa termasuk konsumsi. ketegangan keluarga, sifat-sifat orang tua,

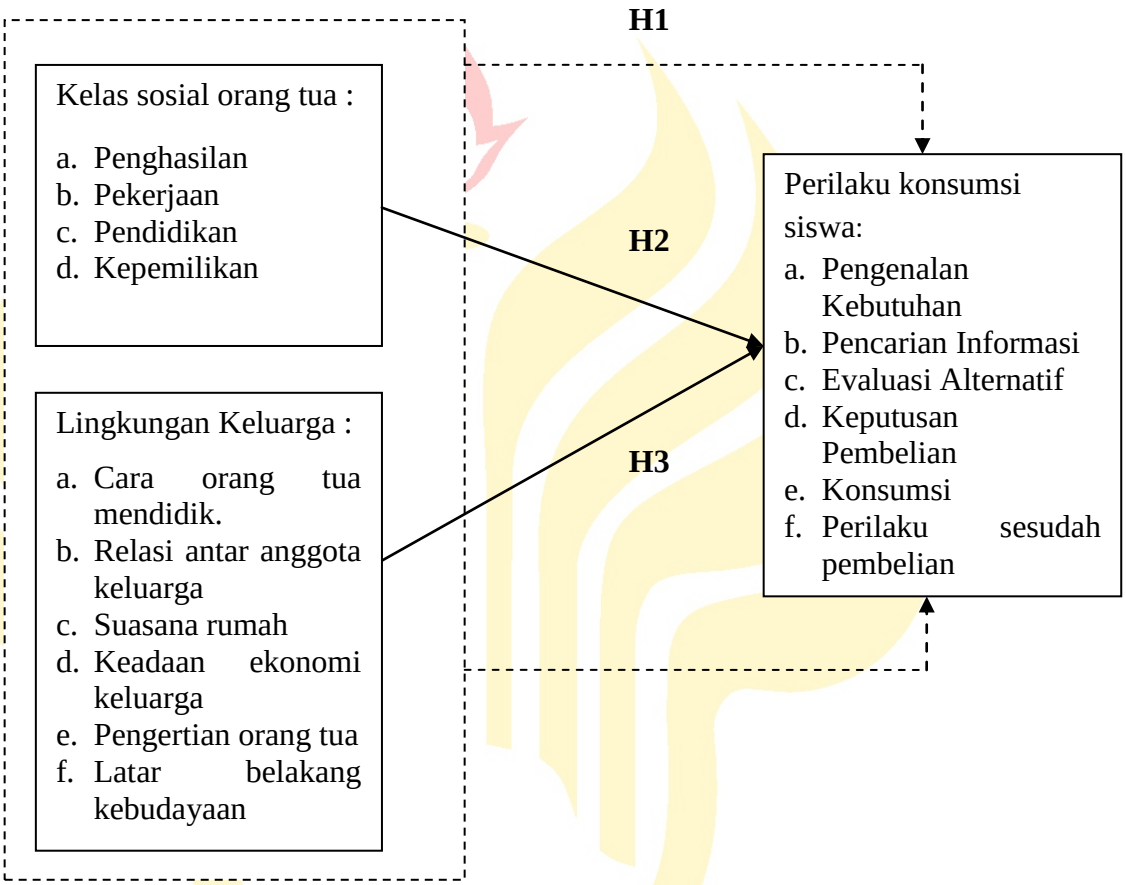
demografi keluarga, pengelolaan keluarga, semua dapat memberi dampak terhadap perilaku konsumsi siswa. Interaksi antara anggota keluarga, orang tua, anak, kakak, atau adik yang harmonis akan membantu siswa melakukan konsumsi dengan baik.

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Dalam memenuhi segala kebutuhannya, seorang konsumen memiliki kecenderungan untuk mengonsumsi barang dengan banyak pilihan yang ada. Siswa secara umum terjadi pada masa remaja yaitu usia antara 16-18 tahun. Siswa tersebut berada pada masa dimana emosi belum dapat dikontrol dan cenderung tidak stabil serta belum memiliki pertimbangan yang matang ketika harus dihadapkan dalam kondisi untuk pengambilan keputusan.

Pada dasarnya siswa kelas X IPS telah mendapat mata pelajaran ekonomi. Tujuan mata pelajaran ekonomi bagi siswa IPS agar mereka memahami bahwa ilmu ekonomi sangat dibutuhkan dalam kehidupan sosial ekonomi sekarang. Salah satunya mereka diberikan pemahaman tentang perilaku konsumen dan skala prioritas. Dari hasil observasi, tak jarang masih terdapat 30% bahwa mereka belum memahami bagaimana cara mengatur keuangan mereka sendiri dan hubungan mereka dengan orang tua semenjak masuk sekolah menengah atas sedikit merosot. Siswa tidak memertimbangkan pendapat orang tua terlebih dahulu sebelum membeli sesuatu dan mereka mudah terpengaruh oleh emosi sesaat serta tergesa-gesa dalam mengambil keputusan pembelian sehingga

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

mengarah pada pembelian yang tidak rasioanl. Ditunjukkan pada gambar berikut ini :



Gambar 2.2 Kerangka Berfikir Peneliti

Keterangan:

→ :Pengaruh kelas sosial ekonomi orang tua dan lingkungan keluarga secara parsial terhadap perilaku konsumsi

- - - → :Pengaruh kelas sosial ekonomi orang tua dan lingkungan keluarga secara simultan terhadap perilaku konsumsi

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2.5 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan deskripsi teori dan kerangka berfikir yang telah diuraikan di atas, maka dapat diajukan hipotesis yang akan dikaji sebagai berikut :

H1 : Ada pengaruh kelas sosial ekonomi orang tua dan lingkungan keluarga terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IPS MAN 2 Kudus

H2 : Ada pengaruh kelas sosial ekonomi orang tua berpengaruh terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IPS MAN 2 Kudus

H3 : Ada pengaruh lingkungan keluarga terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IPS MAN 2 Kudus

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

BAB V

PENUTUP

5.1 SIMPULAN

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis yang dilakukan maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh positif kelas sosial ekonomi dan lingkungan keluarga terhadap perilaku konsumsi kelas X IPS MAN 2 Kudus yaitu ditunjukkan dengan hasil persentase pengaruh variabel kelas sosial ekonomi dan lingkungan keluarga terhadap perilaku konsumsi sebesar 38,2%. Sedangkan sisanya sebesar 61,8% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Ada pengaruh positif dan signifikan kelas sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IPS MAN 2 Kudus yaitu ditunjukkan dengan hasil uji determinasi parsial menghasilkan nilai sebesar 27,9%. Nilai ini bermakna bahwa 27,9% variabel perilaku konsumsi bisa dijelaskan oleh variabel kelas sosial ekonomi.
3. Ada pengaruh positif dan signifikan kelas sosial ekonomi terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IPS MAN 2 Kudus yaitu ditunjukkan dengan hasil uji determinasi parsial menghasilkan nilai sebesar 13,3%. Nilai ini bermakna bahwa 13,3% variabel perilaku konsumsi bisa dijelaskan oleh variabel lingkungan keluarga.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

5.2 Saran

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

1. Siswa diharap mempunyai pedagang langganan sehingga bisa mengenali dan mengevaluasi barang-barang yang dibeli.
2. Siswa diharap menggunakan uang saku dengan efektif dan seperlunya sehingga bisa mengurangi konsumsi yang tidak diinginkan.
3. Siswa diharap ketika mendapat uang saku tambahan bisa menggunakan sebaik-baiknya.
4. Siswa sebaiknya memanfaatkan waktu luang dengan baik dan mengurangi jalan-jalan dengan berdiskusi bersama.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian.* Jakarta : Rineka Cipta.

Based on Ujang Sumarwan . 2003 . *Perilaku Konsumen : Teori dan penerapannya dalam pemasaran (Consumer Behavior : Theory anda Application in Marketing.*

Daryanto. 2008. *Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.

Dominique. 2015. *Lingkungan Sosial.* Diperoleh dari http://dominique122.blogspot.co.id/2015/05/pengertian-lingkungan-sosial-dan.html diakses pada 6 Maret 2017 pukul 13.14

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19.* Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kadir. 2015. *Statistik Terapan.* Jakarta : Rajawali Pers.

Mankiw, N. Gregory. 2006. *Pengantar Ekonomi Mikro Edisi Ketiga*. Jakarta: Salemba.

Nitisusastro, Mulyadi. 2012. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan.* Bandung : Alfabeta.

Nokadianti, Sari Mei. 2013. *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Lingkungan dan Pengetahuan Dasar Ekonomi terhadap Rasionalitas Perilaku Konsumsi*. Jurnal Pendidikan Humaniora, Hal 55-60 Volume 1, Nomor 1. Madiun : Universitas Madiun.

Nuraeni. 2015. *Pengaruh Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Pembelian Impulsif untuk Produk Fashion pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.* Skripsi. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.

Nurfarika, Oktavia. 2015. *Pengaruh Persepsi Tentang Peran Orang Tua, Peer Group Dan Financial Literacy terhadap Perilaku Konsumtif pada Siswa Kelas X IPS dan XI IPS Di Sma Negeri 7 Semarang Tahun Ajaran 2014/2015.* Skripsi. Semarang : Fakultas Ekonomi UNNES.

Pristian, Rika Fitri Astuti. 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 Juli 2016*. Bojonegoro

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Purwanti, Ana. 2011. *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Persepsi atas Lingkungan, dan Prestasi Belajar Ekonomi terhadap Perilaku Konsumsi.* Jurnal Ekonomi Bisnis, Th. 16, No. 1.

Purwanto, Ngalim. 2011. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Remaja Rosdokarya.

Schiffman, L. G. &Kanuk, Leslie. L. 2007. *Consumer Behavior*. America: Pearson Prentice Hall.

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 Vol. X No. 2 Desember 2015 Hal. 154 - 164

Slameto. 2013. *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta : PT Rineka Cipta.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Sukirno, Sadono. 2009. *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta : Rajawali Pers.

Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen*. Surabaya : Graha Ilmu.

Tri Wahyuni, Endang. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta*. Artikel. Yogyakarta : Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta.

Uno, B Hamzah. 2009. *Perencanaan Pembelajaran*. Jakarta : Bumi Aksara

Yanti, Sri. 2014. *Pengaruh Penguasaan Konsep Ekonomi Dan Status Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Pola Perilaku Konsumsi Siswa*. Artikel Penelitian. Pontianak.

Yusuf, Syamsu. 2008. *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG