



**PENGARUH PEER GROUP, LITERASI EKONOMI DAN
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF SISWA JURUSAN IPS SMA NEGERI DI KABUPATEN
BREBES**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Magister Pendidikan**

Oleh

Ummamatul Khoiriyah

0701514041

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
PASCASARJANA
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2020**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tesis dengan judul “Pengaruh *Peer Group*, Literasi Ekonomi dan Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Jurusan IPS SMA Negeri Kabupaten Brebes” karya:

Nama : Ummamatul Khoiriyah
NIM : 0701514041
Program Studi : Pendidikan Ekonomi, S2

Telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia tesis.

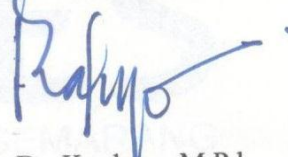
Semarang, Januari 2020

Pembimbing I,



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

Pembimbing II,



Dr. Kardovo, M.Pd.
NIP. 19620529 1986011001

PENGESAHAN UJIAN TESIS

Tesis dengan judul “Pengaruh *Peer Group*, Literasi Ekonomi dan Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Jurusan IPS SMA Negeri Kabupaten Brebes” karya:

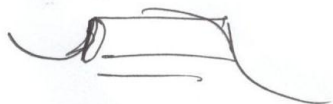
Nama :Ummamatul Khoiriyah
NIM : 0701514041
Program Studi : Pendidikan Ekonomi, S2

telah dipertahankan dalam Sidang Panitia Ujian Tesis Pascasarjana, Universitas Negeri Semarang pada hari Kamis, tanggal 30 Januari 2020.

Semarang, Januari 2020

Panitia Ujian

Ketua,



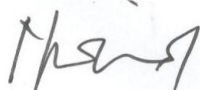
Dr. Eko Handoyo, M.Si
NIP. 196406081988031001

Sekretaris,



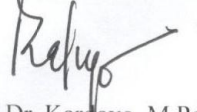
Dr. Muhammad Khafid, S.Pd, M.Si
NIP. 197510101999031001

Penguji I,



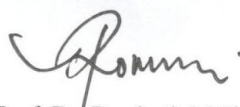
Dr. Nina Oktarina, S.Pd, M.Pd
NIP. 197810072003122002

Penguji II,



Dr. Kardoyo, M.Pd.
NIP. 196205291986011001

Penguji III,



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

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya

Nama : Ummamatul Khoiriyah

NIM : 0701514041

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Menyatakan bahwa yang tertulis dalam Tesis yang berjudul “PENGARUH PEER GROUP, LITERASI EKONOMI DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SISWA JURUSAN IPS SMA NEGERI DI KABUPATEN BREBES” ini benar-benar karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya orang lain atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam tesis ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Atas pernyataan ini saya **secara pribadi** siap menanggung resiko/sanksi hukum yang dijatuhkan apabila ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya ini.

Semarang, Januari 2020

Yang membuat pernyataan,



Ummamatul Khoiriyah
NIM. 0701514041

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Belajarlaha disaat orang lain tidur, bekerjalah disaat oranglain bermalasma-
malas, mempersiapkan disaat orang bermain dan bermimpilah saat orang lain
berharap” (William Arthur Ward).

Persembahan:

Karya Tulis ini ku persembahkan untuk :

➤ Almamater kebanggaanku UNNES

ABSTRAK

Khoiriyah, Ummamatul. 2020. “Pengaruh *Peer Group*, Literasi Ekonomi dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Jurusan IPS SMA Negeri Kabupaten Brebes”. *Tesis*. Program Studi Pendidikan Ekonomi. Pascasarjana. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing I Prof. Dr. Rusdarti, M.Si., Pembimbing II Dr. Kardoyo, M.Pd.

Kata Kunci: *Peer Group*, Literasi Ekonomi, Penggunaan Media Sosial dan Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan mengkonsumsi barang dan jasa tidak berdasarkan kebutuhan tetapi untuk keinginan dan kepuasan semata. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh *peer group*, literasi ekonomi dan penggunaan media sosial, baik secara bersama-sama maupun parsial terhadap perilaku konsumtif siswa Jurusan IPS di SMA Negeri kabupaten Brebes.

Metode penelitian digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Subjek penelitian ini adalah seluruh siswa kelas X dan XI jurusan IPS di SMA kabupaten Brebes dengan populasi 664 siswa dan kemudian diambil sampel secara acak diperoleh sampel 166 siswa. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang di uji validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan analisis deksriptif dan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan (1) ada pengaruh *peer group*, literasi ekonomi dan penggunaan media sosial, secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif sebesar 79,30%, berpengaruh positif dan signifikan, (2) *peer group* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif sebesar 29,05%. (3) literasi ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif sebesar 21,34%, (4) penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif sebesar 9,86%. (5) Adapun hasil persamaan regresi $Y = 57,029 + 0,239 X_1 - 0,174 X_2 + 0,123 X_3$.

Simpulan, (1) terdapat pengaruh *peer group* terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Kabupaten Brebes adalah positif, literasi ekonomi berpengaruh negative dan penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif siswa (2) terdapat pengaruh *peer group* terhadap perilaku konsumtif pada siswa SMA Negeri kabupaten Brebes (3) terdapat pengaruh negative literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa jurusan IPS di SMA Negeri Kabupaten Brebes (4) terdapat pengaruh positif secara parsial penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif siswa jurusan IPS di SMA Negeri kabupaten Brebes Saran siswa diharapkan dapat memilih kelompok pergaulan *peer group* dengan baik dalam melakukan kegiatan belajar yang lebih bermanfaat demi masa depan, guru ekonomi harus menanamkan tentang literasi ekonomi Sehingga diharapkan siswa tidak hanya menguasai secara materi, namun dapat menerapkannya dalam kehidupan sehari – hari, Perlunya kerjasama antara guru dan orang tua dalam memperhatikan siswa dalam penggunaan media sosial agar siswa menggunakan media sosial dengan bijak dan sesuai dengan kebutuhannya, Penelitian ini diharapkan dapat membuat pembaharuan dengan memperluas ruang lingkup penelitian seperti faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada siswa seperti persepsi, motivasi, kebudayaan, kondisi ekonomi orang tua, dan kontrol diri.

ABSTRACT

Khoiriyah, Ummamatul. 2020." *The Influence Of Peer Group, Economic Literation And Use Of Social Media On Consumtive Behavior Of State Senior High School Students In Brebes*. Tesis. Economic Education Study Program. Postgraduate. Semarang State University. Mentor I Prof. Dr. Rusdarti, M.Si., Mentor II Dr. Kardoyo, M.Pd.

keywords: *Peer Group, economic literacy, Use of Social Media dan Consumer behavior*

Consumptive behavior is an act of consuming goods and services not based on needs but for mere desire and satisfaction. The purpose of this study is to analyze the influence of peer groups, economic literacy and the use of social media, both jointly and partially on the consumptive behavior of Social Sciences Department students at state senior high school students in Brebes.

*The research method used in this study is a quantitative method. The subjects of this study were all students of class X and XI majoring in social studies at SMA Brebes regency with a population of 664 students and then a random sample of 166 students was obtained. The data collection method uses a questionnaire that is tested for validity and reliability. Data analysis uses descriptive analysis and multiple linear regression analysis. *

The results of this study indicate (1) there is a peer group influence, economic literacy and the use of social media, together towards consumptive behavior by 79.30%, positive and significant effect, (2) peer group has a positive and significant effect on consumptive behavior by 29.05%. (3) economic literacy has a negative and significant effect on consumptive behavior of 21.34%, (4) the use of social media has a positive and significant effect on consumptive behavior of 9.86%. (5) The results of the regression equation $Y = 57.029 + 0.239 X1 - 0.174 X2 + 0.123 X3$.

Conclusions, (1) there is a peer group positive influence on the consumptive behavior of State Senior High School students in Brebes economic literacy has a negative effect and the use of social media has a positive effect on consumer consumptive behavior (2) there is a peer group effect on consumptive behavior State Senior High School students in Brebes (3) there is a negative influence of economic literacy on consumptive behavior of students majoring in social studies State Senior High School students in Brebes (4) there is a partially positive influence on the use of social media on consumptive behavior of State Senior High School students in Brebes. Suggestions students are expected to choose peer group associations group well in conducting learning activities that are more beneficial for the future, economics teachers must instill about economic literacy so that students are not only expected to master the material, but can apply it in daily life, the need for collaboration between teachers and parents nature pay attention to students in the use of social media so that students use social media wisely and in accordance with their needs, this research is expected to make renewal by expanding the scope of research such as other factors that influence consumer behavior in students such as perception, motivation, culture, conditions parent's economy, and self control.

PRAKATA

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya. Berkat karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Pengaruh *Peer Group*, Literasi Ekonomi dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Jurusan IPS SMA Negeri Kabupaten Brebes”. Tesis ini disusun sebagai salah satu persyaratan meraih gelar Magister Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Ekonomi.

Penelitian ini dapat diselesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada pihak-pihak yang telah membantu penyelesaian penelitian ini. Ucapan terima kasih peneliti sampaikan pertama kali kepada para pembimbing: Prof. Dr. Rusdarti (Pembimbing I) dan Dr. Kardoyo, M.Pd (Pembimbing II) yang telah memberikan petunjuk, bimbingan serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.

Ucapan terima kasih peneliti sampaikan juga kepada semua pihak yang telah membantu selama proses penyelesaian studi:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum., Rektor Universitas Negeri Semarang, beserta seluruh staf yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk belajar di Program Pascasarjana Universitas Negeri Semarang.
2. Prof. Dr. Agus Nuryatin, M.Hum., Plt Direktur Pascasarjana Universitas Negeri Semarang atas dukungan kelancaran yang diberikan kepada penulis dalam menempuh studi.
3. Para Dosen Pascasarjana Universitas Negeri Semarang atas bekal ilmu pengetahuan dan wawasan keilmuan yang telah diajarkan kepada UNNES penulis serta seluruh karyawan Pascasarjana UNNES yang telah membantu administrasi sehingga tesis dapat diselesaikan.

4. Kepala Sekolah dan para Guru, dan para siswa-siawi SMAN Bumiayu, SMAN Larangan, SMAN Ketanggungan, dan SMAN Wanasari yang telah membantu kelancaran penulis dalam pengumpulan data.
5. Ummi dan mama tercinta atas dorongan, waktu, tenaga dan do'a dalam mendampingi untuk menyusun tesis ini.
6. Ema dan Bapak tercinta yang telah mendoakan agar selesainya tesis ini.
7. Suamiku Abdul Aziz, kedua anak-anakku Syahri Ramadhan Mubarak dan Almira Nayla Aziz tercinta atas dorongan, doa dan kesabarannya dalam mendampingi dan mendukung sejak penulis memulai studi di Universitas Negeri Semarang sehingga sampai pada penyelesaian tesis ini.
8. Kedua adikku Ummi Khamidah, Ummu Novi Fauziah dan Alfaz Ajay Jamiludin Mustaqim atas segala bantuan sampai penyelesaian tesis ini
9. Semua kakakku, Barokatul Bahriyah, Sidik, Ammah, Nur amin atas segala bantuannya
10. Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
11. Peneliti sadar bahwa dalam tesis ini mungkin masih terdapat kekurangan, baik isi maupun tulisan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat peneliti harapkan. Semoga hasil penelitian ini bermanfaat dan merupakan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Semarang, Januari 2020

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	ii
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	15
1.3 Cakupan Masalah	17
1.4 Rumusan Masalah	17
1.5 Tujuan Penelitian	18
1.6 Manfaat Penelitian	19
 BAB II Kajian Pustaka, Kerangka Teori, Kerangka Berfikir Dan Hipotesis Penelitian	 21
2.1 Kajian pustaka	21
2.2 Kerangka Teoritis.....	35
2.2.1 Perilaku Konsumtif.....	35
2.2.2 Peer Group	43
2.2.3 Literasi Ekonomi.....	49
2.2.4 Penggunaan media sosial.....	54
2.3 Kerangka Berfikir.....	59
2.5 <i>Hipotesis</i>	65

BAB III METODE PENELITIAN	67
3.1 Desain Penelitian	67
3.2 Populasi, Sampel	69
3.2.1 Populasi	69
3.2.2 Sampel.....	69
3.3 Variabel Penelitian	71
3.4.1 Metode Pengumpulan Data	73
3.4.2 Validitas dan Reabilitas instrumen.....	75
3.5.1 Uji Persyaratan	79
BAB IV Hasil Penelitian dan pembahasa.....	21
4.1 Hasil Penelitian.....	84
2.2 Pembahasan.....	103
BAB V Penutup.....	114
5.1 Simpulan	114
5.2 Saran.....	115
BAB V Penutup.....	117

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pendapatan/ uang saku siswa kelas X	9
Tabel 1.2	Intensitas Belanja Online Siswa.....	11
Tabel 1.3	Faktor Penyebab Perilaku Konsumtif Siswa.....	12
Tabel 2.1	Kerangka Berpikir Penelitian Hubungan antar Variabel.....	65
Tabel 3.3	Penetapan Skor Jawaban Angket skala likert.....	57
Tabel 3.4	Hasil uji coba validitas instrumen.....	77
Tabel 4.1	Analisis statistik deskriptif variabel penelitian.....	84
Tabel 4.2	Deskripsi variabel perilaku konsumtif.....	86
Tabel 4.3	Deskripsi variabel peer group.....	87
Tabel 4.4	Deskripsi variabel literasi ekonomi.....	88
Tabel 4.5	Deskripsi penggunaan media sosial	89
Tabel 4.6	Hasil uji normalitas one- sample kolmogrov- smirnov tes.....	90
Tabel 4.7	Hasil uji linearitas peer group dengan perilaku konsumtif.....	91
Tabel 4.8	Hasil uji linearitas variabel literasi ekonomi dengan perilaku konsumtif.....	92
Tabel 4.9	Hasil uji linearitas variabel penggunaan media sosial dengan perilaku konsumtif.....	93
Tabel 4.10	Hasil uji multikolinieritas.....	94
Tabel 4.11	Hasil uji analisis regresi linier berganda.....	96
Tabel 4.12	Hasil uji Simultan.....	98
Tabel 4.13	Hasil uji Parsial.....	99
Tabel 4.14	Hasil uji koefisien Determinasi Simultan.....	100
Tabel 4.15	Hasil uji koefisien determinasi parsial (r^2).....	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Sampel Penelitian	71
Gambar 4.1 Hasil Uji heteroskedastisitas dengan scatterplot.....	95

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Globalisasi telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan jasa yang berdampak pada semakin luasnya penyebaran barang dan jasa, sehingga memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Seorang konsumen terkadang melakukan pembelian terhadap suatu barang bukan sekedar untuk memenuhi kebutuhannya tetapi juga untuk mengikuti keinginannya, sehingga mendorong mereka untuk berperilaku konsumtif atau cenderung boros (Wahyudi, 2013). Dampak lain dari adanya globalisasi yaitu hal-hal yang berbau *up to date* dalam berbagai aspek yang kita sebut sebagai dengan tren dan terjadinya perubahan gaya hidup masyarakat. Perubahan gaya hidup masyarakat dari yang sederhana menjadi modern diakibatkan oleh semakin banyaknya bisnis warabela, *mall*, supermarket, dan toko serba ada.

Kebutuhan manusia tidak terbatas, manusia harus dapat memenuhi setiap kebutuhannya dan pada hakikatnya manusia selalu saja merasa kurang atau selalu merasa tidak puas akan sesuatu. Apabila satu kebutuhan sudah terpenuhi maka kebutuhan lain akan muncul. Perilaku konsumtif seringkali dikaitkan dengan kecenderungan belanja, karena berbelanja dapat dijadikan alternatif untuk melepas penat dan stress akibat aktivitas sehari-hari. Manusia yang konsumtif akan rela melakukan dan mengorbankan berbagai hal agar dapat memilikinya.

Hariyono (2015:569) menyatakan bahwa perilaku konsumtif harus mengeluarkan biaya yang lebih tinggi karena bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan saja tetapi lebih mengarah pada pemenuhan tuntutan keinginan. Sukari, dkk (2013:17) menyatakan bahwa perilaku konsumtif dan hedonise telah merekat pada kehidupan manusia. Karena hidup dalam dunia konsumerisme tidak pandang umur, jenis kelamin ataupun status sosial. Pola hidup konsumtif sering dijumpai dikalangan generasi muda, yang orientasinya diarahkan kenikmatan, kesenangan, serta kepuasan dalam mengkonsumsi barang secara berlebihan yang sudah menjadi hal biasa dalam kehidupan mereka. Kegiatan konsumsi dapat menimbulkan permasalahan ketika seseorang lebih mendahulukan keinginan dibandingkan dengan kebutuhan. Sehingga mereka sering kali mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan atau dapat dikatakan sebagai perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif tidak boleh dibiarkan tumbuh dalam kehidupan masyarakat. Jika hal itu dibiarkan akan mempengaruhi kondisi keuangan. Perilaku konsumtif yang tidak dapat dikendalikan lambat laun akan mempengaruhi kebiasaan dan menjadi gaya hidup seseorang. Kondisi ini lebih buruk ketika perilaku konsumtif tidak hanya terjadi pada orang dewasa, namun juga menimpa remaja.

Perilaku konsumtif pada remaja yang dilakukan terus menerus tanpa ada kontrol akan menimbulkan dampak pada masa depan. Dampak negatif dari perilaku konsumtif yaitu pola hidup boros yang dapat mengurangi kesempatan untuk menabung dan cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang karena lebih banyak mengkonsumsi barang pada saat ini. Menabung termasuk

investasi masa depan yang nilai risikonya kecil, jika untuk memenuhi kebutuhan sampai tidak memiliki cadangan uang untuk menabung akan sulit bagi seseorang untuk mengatur keuangan masa depan. Remaja masa kini banyak sekali tekanan-tekanan yang mereka dapatkan, mulai dari perkembangan fisiologi, ditambah dengan kondisi lingkungan dan sosial budaya serta perkembangan teknologi yang semakin pesat.

Apabila paham ini sudah mengakar pada pelaku konsumsi akan menjadikan bersenang-senang, pesta-pora, dan pelesiran merupakan tujuan utama hidup, mereka tidak akan memikirkan hal itu menyenangkan bagi orang lain atau tidak. Karena bagi mereka memiliki anggapan hidup ini hanya satu kali, sehingga mereka merasa ingin menikmati hidup senikmat-nikmatnya. di dalam lingkungan penganut paham ini, hidup dijalani dengan sebebas-bebasnya demi memenuhi hawa nafsu yang tanpa batas. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Suryani (2008:284) yang menyatakan bahwa pemahaman terhadap budaya dan perilaku konsumsi sangat penting karena kenyataannya bahwa produsen bisa gagal dalam memasarkan produk karena tidak memperhatikan faktor budaya ini.

Pelaku utama gaya hidup konsumtif adalah anak-anak usia remaja. Karakteristik remaja yang mudah terbujuk tentang hal-hal yang menyenangkan, ikut-ikutan teman, dan cenderung boros dalam menggunakan uang membuat mereka berperilaku boros dengan membeli barang yang tidak dibutuhkan. Sikap ini banyak dimanfaatkan penjual untuk memasarkan barang sehingga mereka dapat dengan mudah menjual dan mendapatkan hasil dari barang produksinya.

Perilaku konsumtif akan terus mengakar di dalam budaya hidup siswa. Dalam perkembangannya, mereka akan menjadi orang-orang dewasa dengan tingkat konsumsi yang tinggi. Sikap konsumtif ini harus didukung oleh tingkat finansial yang cukup. Hal ini akan menjadi suatu masalah apabila tingkat finansial itu dilakukan dengan segala macam cara, mulai dari bekerja yang berlebih sampai dengan menggunakan cara yang negatif seperti halnya mencuri. Pada akhirnya perilaku konsumtif ini bukan saja memiliki dampak ekonomi, psikologis, sosial maupun etika. Secara psikologis, siswa akan merasa rendah diri apabila ia tidak bisa membeli segala sesuatu yang dinginkannya, secara sosial siswa akan mengikuti *trend* yang banyak digemari bahkan tanpa memperdulikan untuk menjadi diri sendiri. Hal ini dikarenakan karena mereka ingin selalu membeli segala sesuatu yang diinginkannya tanpa memperhatikan banyaknya uang yang harus dikeluarkan, mereka akan terus meminta uang saku lebih kepada orang tua bagaimanapun caranya tanpa memperhatikan etika.

Remaja memiliki kemauan berkonsumsi yang irasional dan cenderung berperilaku konsumtif (Tambunan, 2001). Remaja rela mengeluarkan uangnya untuk menuruti segala keinginan-keinginan yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Hal tersebut dikarenakan secara psikologis, remaja masih berada dalam proses pembentukan jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar. Perilaku konsumtif irasional pada siswa SMA yaitu perilaku mengkonsumsi jajan (makan dan minum), *shopping*, isi pulsa, jalan-jalan dan kebutuhan tak terduga lainnya. Imawati, dkk (2013) menyatakan bahwa kebiasaan mengkonsumsi jajan, *shopping*, nonton bioskop dan lain-lain sangat populer dikalangan anak-anak

sekolah. Kebiasaan tersebut sangat sulit untuk dihilangkan. Siswa cenderung menghabiskan uang saku yang diberikan orang tua untuk mengonsumsi jajan, *shopping* dan nonton bioskop.

Lembaga pendidikan adalah suatu lembaga terpenting dalam pembentukan dan pengembangan generasi bangsa, masyarakat, individu yang dapat menjawab tantangan zaman melalui pengetahuan dan ketrampilan yang memadai. Kualitas sumber daya manusia merupakan aspek yang dominan terhadap kemajuan. Peran pendidikan berpengaruh terhadap kualitas dan potensi dari sumber daya manusia dalam menghadapi pembangunan. Berdasarkan undang-undang sistem pendidikan nasional No. 20 tahun 2003 Bab II, pasal 3 tentang fungsi dan tujuan pendidikan menyatakan bahwa:

Pendidikan Nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan YME, berakhlak mulia, sehat berilmu cakap, kreatif, mandiri dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab.

Dengan demikian, pendidikan memegang peranan yang sangat penting. Pendidikan berfungsi untuk mempersiapkan siswa dimasa yang akan datang. Sekolah Menengah Atas (SMA) merupakan salah satu bagian dari pendidikan nasional yang bertujuan menyiapkan peserta didik menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan mengadakan hubungan timbal balik dengan lingkungan sekitar serta dapat meningkatkan pengendalian diri dalam melakukan

suatu tindakan agar siswa dalam bertindak selalu mempertimbangkan dalam melakukan tindakan ekonomi yang rasional.

Kurikulum 2013 membekali peserta didik pada pendidikan menengah dengan kemampuan sektor nyata. Dimulai dengan pengamatan terhadap produk yang ada di pasar beserta ciri-cirinya, analisis struktur komponen pembentuk produk, analisis struktur dan rangkaian proses beserta peralatan yang diperlukan, termasuk analisis pasar, biaya dan harga. Untuk mendukung kebutuhan pemahaman peserta didik, pembelajarannya digabungkan dengan pembelajaran ekonomi sehingga peserta didik bukan hanya mampu memahami perilaku konsumsi, tetapi juga mengaplikasikannya dalam bentuk nyata dalam kehidupan nyata.

Selanjutnya, Hamalik (2011:36) menyatakan bahwa belajar merupakan suatu proses, suatu kegiatan bukan suatu hasil atau tujuan. Belajar bukan hanya mengingat tetapi lebih luas daripada itu, yakni mengalami. Hasil belajar tidak hanya penguasaan hasil latihan melainkan perubahan tingkah laku. Hal yang sering menyebabkan siswa berperilaku hedonisme salah satunya kehidupan para remaja yang masih mencari jati dirinya sendiri, sehingga perilaku hanya mencari sebuah kesenangan semata adalah keinginan mereka. Hedonisme terjadi karena terdapat sebuah perubahan perilaku dimana di dalam masyarakat, yang hanya ingin kehidupan dengan berbagai kesenangan semata.

Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) khususnya kelas XI dipilih menjadi objek penelitian karena dinilai paling sesuai dengan kriteria usia remaja yang mengalami gejolak dalam berperilaku, termasuk perilaku konsumtif. Jurusan

IPS mendapat mata pelajaran ekonomi yang berkaitan dengan dengan permasalahan literasi ekonomi, sehingga harapannya dapat mengendalikan perilaku konsumtif siswa SMA. Kelas XI adalah masa dimana siswa SMA merasa ingin melakukan banyak hal, lebih berorientasi pada lingkungan pergaulan dan selalu ingin mencoba hal baru. Sedangkan kelas XII sudah mulai matang dan fokus mempersiapkan diri untuk ujian nasional dan mendaftar ke perguruan tinggi. Pada kenyataannya selama ini, siswa kelas XI jurusan IPS masih banyak yang menerapkan perilaku konsumtif dalam berpakaian, *gadget* dan lain-lain.

Kabupaten Brebes sebagai kabupaten yang memiliki potensi untuk mengembangkan usaha. Dari sektor pertanian maupun industri terbukti dari banyaknya mall- mall yang ada di wilayah Brebes, seperti mayga, yogya mall, Nahdia, rekso dll. Hal ini sangat mendukung kegiatan konsumsi, apalagi jika ada promosi besar- besaran. Remaja akan mudah tergiur. Hal ini sesuai dengan kebiasaan mereka yang suka *hang-out*, *shopping*, menonton atau sekedar makan.

Perilaku konsumsi di kabupaten Brebes khususnya anak usia SMA sangat tinggi. Padahal seharusnya dengan bekal pengetahuan yang sudah diperoleh siswa apalagi pada mata pelajaran ekonomi pokok bahasan perilaku konsumsi dapat menjadikan bekal mereka agar tidak konsumtif apalagi sampai berperilaku secara hedonis. Upaya mengurangi budaya hedonisme harus ada perubahan pola pikir khususnya anak usia SMA.

Menurut Ajzen (1991: 181) Seseorang dapat saja memiliki berbagai macam keyakinan terhadap suatu perilaku, namun ketika dihadapkan pada suatu kejadian tertentu, hanya sedikit keyakinan yang timbul untuk mempengaruhi perilaku. Sedikit keyakinan inilah yang menonjol dalam mempengaruhi perilaku individu. Keyakinan yang dimaksud disini dibedakan menjadi 3 antara lain; *behavior belief, normative belief dan control belief*.

Pertama yaitu *Behavior belief* merupakan keyakinan individu akan hasil suatu perilaku dan evaluasi atas hasil tersebut. Dengan kata lain *behavior belief* dapat mempengaruhi sikap atau perilaku. Kedua *Normative belief* merupakan keyakinan individu terhadap harapan normatif orang lain yang menjadi rujukan seperti keluarga, teman, maupun motivasi untuk mencapai harapan tersebut, maksudnya harapan normatif ini membentuk variabel norma subjektif atas suatu perilaku. Ketiga yaitu *control belief* merupakan suatu keyakinan individu tentang keberadaan hal- hal yang mendukung dan hal- hal yang menghambat perilakunya tentang seberapa kuat hal- hal tersebut mempengaruhi perilakunya.

SMA Negeri di Kabupaten Brebes memiliki dua jurusan yaitu IPA dan IPS. Materi ekonomi diberikan pada siswa kelas XI IPS. Mereka mendapatkan pelajaran tentang kebutuhan dan alat pemuas kebutuhan. Kegiatan pembelajaran ini dilakukan di lingkungan sekolah agar siswa mendapatkan pengawasan yang maksimal oleh pihak- pihak sekolah. SMA Negeri di Kabupaten Brebes memiliki fasilitas yang memadai untuk kegiatan belajar mengajar lebih efektif dan efisien. Ini membuktikan bahwa sarana dan prasarana yang disediakan oleh sekolah

sangat menunjang untuk kegiatan pembelajaran siswa. (Observasi pada tanggal 6 September 2019)

Selanjutnya menurut Wulandari (2012: 3) mengatakan “langkah strategis untuk mengasah jiwa ekonomis dapat ditempuh melalui proses pendidikan yang mengutamakan kemampuan dan keahlian bukan ijazah semata”. Jadi pengetahuan akan pelajaran ekonomi yang dilakukan siswa SMA Negeri kabupaten Brebes penting karena dapat memberikan banyak manfaat. Hal ini berbanding terbalik melihat kenyataan yang terjadi bahwa siswa SMA Negeri Kabupaten Brebes lebih banyak menghabiskan uang sakunya daripada ditabung. Rendahnya kesadaran siswa akan menabung ini salah satunya disebabkan karena kurangnya keyakinan siswa pada kemampuan untuk mengontrol diri dalam membelanjakan uang sakunya untuk barang yang tidak di butuhkan, selain itu karena budaya konsumsi yang hanya melihat prestis semata, apalagi dengan adanya promosi yang besar- besaran dari para pelaku penyedia barang dan jasa sehingga dapat meningkatkan daya beli siswa.

Penelitian pendahuluan, telah melakukan observasi awal yang dilakukan di beberapa SMA Negeri Brebes pada tanggal 24 Juli 2019 dengan objek siswa kelas XI IPS untuk mengetahui mengenai uang saku siswa yang mereka peroleh dari orang tua mereka. Rincian uang saku kelas XI IPS tergambar dalam tabel di bawah ini:

Tabel 1.1 Pendapatan/ Uang Saku Siswa Kelas XI

No	Uang Saku/ Hari	Jumlah	Persentase (%)
1	Rp 10.000-Rp 15.000	15	24,19%
2	Rp 16.000-Rp 20.000	17	27,42%
3	Rp 21.000- Rp 25.000	27	43,55%
4	Lebih dari Rp 25.000	3	4,84%
5	Kurang dari Rp 5.000	0	0
Total		62	100%

Sumber: Data yang observasi awal, diolah 2019

Berdasarkan tabel 1.1 tersebut di atas, diperoleh hasil dari 62 orang siswa SMA Negeri Brebes memiliki kecenderungan memiliki uang saku antara Rp 21.000- Rp 25.000 dan ini adalah nominal yang cukup besar. Keyakinan diri sangat di butuhkan siswa SMA Negeri Brebes untuk bersikap hemat, salah satunya dengan lebih selektif dalam menggunakan uang saku yang dimilikinya. Hal ini selaras dengan temuan yang dilakukan oleh Hidayah, et. al (2014: 28) menemukan bahwa rata-rata besaran biaya setiap siswa SMA sebesar Rp8.576.874,00/ tahun atau jika kita hitung perbulan sebesar Rp 714.739,00 perbulan.

Berdasarkan data observasi awal memperlihatkan sebesar 43,55% siswa membeli barang dikarenakan sedang *trend* saat ini akan tetapi hanya ada tiga siswa atau sebanyak 4,84% siswa saja yang menyisihkan uang sakunya

untuk menabung dan lainnya lebih senang menggunakan uangnya untuk membeli barang yang sedang diskon tetapi sebenarnya mereka tidak membutuhkan, karena dianggap lebih murah dari harga normal. Ini menunjukkan literasi ekonomi diri mereka masih rendah, belum dapat berperilaku secara rasional sesuai dengan kebutuhan pada umumnya.

Media sosial sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa karena perkembangan teknologi saat ini yaitu melalui instagram, facebook, dan twitter siswa dapat mengakses akun-akun penjualan *online* dengan mudah dan praktis. Sebelum membeli barang siswa akan melihat *review* yang ada pada media sosial tersebut karena barang yang akan dibeli dapat dilihat secara jelas dan spesifik melalui gambar dan video. Hasil penyebaran angket awal yang dilakukan peneliti terkait intensitas belanja *online* siswa dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.2 Intensitas Belanja *Online* Siswa

No.	Intensitas	Pengguna	Persentase
1	Pernah	45	72,58%
2	Tidak Pernah	17	27,42%
Jumlah		62	100%

Sumber: Data observasi awal yang diolah tahun 2019

Tabel 1.2 di atas menunjukkan bahwa 72,58% dari 62 siswa pernah melakukan belanja *online*, dan sisanya yaitu 27,42% mengatakan tidak pernah belanja *online* karena merasa bahwa mereka harus benar-benar melihat barang

sebelum membeli. Siswa yang sering melakukan pembelian *online* iklan dan tawaran dengan iming-iming hadiah yang dilakukan oleh penjual *online shop* di media sosial akan membuat siswa tertarik untuk membeli suatu produk tanpa memikirkan kegunaan dan manfaat barang tersebut.

Apabila pembelian *online* dilakukan secara berlebihan maka akan menimbulkan efek samping yang menimbulkan perilaku konsumtif. Melakukan belanja *online* melalui media sosial memerlukan biaya yang tidak sedikit. Siswa juga menyatakan bahwa ia sering membeli produk-produk terbaru karena ingin mengikuti *trend* atau *fashion* yang sedang *booming*. Selain itu siswa membeli produk atau barang karena ikut-ikutan *Peer Group* agar bisa diterima di lingkungannya dan menaikkan gengsi. Kebanyakan mereka membeli produk-produk atas dasar keinginan bukan kebutuhan. Berikut ini data yang mempengaruhi siswa dalam berperilaku konsumtif sebagai berikut:

Tabel 1.3 Faktor Penyebab Perilaku Konsumtif Siswa

No.	Faktor Penyebab	Pengguna	Persentase
1	Terpengaruh Media Sosial / Iklan	32	51,61%
2	Mengikuti Teman	20	32,26%
3	Uang Saku	7	11,29%
4	Alasan Lain	3	4,84%
Jumlah		62	100%

Sumber: Data observasi awal yang diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel 1.3 dapat dilihat bahwa yang paling mempengaruhi adalah faktor media sosial/iklan sebesar 51,61%, selanjutnya faktor penyebab perilaku konsumtif yaitu mengikuti teman sebesar 32,26%.

Perilaku konsumtif seseorang juga dipengaruhi oleh literasi ekonomi. Siswa SMA diharapkan mampu memahami pembelajaran ekonomi yang kaitannya dengan kebutuhan manusia dan bagaimana cara memenuhi dengan keterbatasan sumber daya. Hasil pembelajaran ekonomi tersebut dapat meningkatkan literasi ekonomi siswa. Selain itu melalui mata pelajaran ekonomi dapat membentuk sikap rasional, terutama dalam pengambilan keputusan. Namun kemampuan siswa dalam mengaplikasikan ilmu ekonomi dalam kehidupan sehari-hari masih sangat jauh dari harapan dengan kata lain siswa belum memiliki literasi ekonomi.

Penelitian-penelitian yang sudah dilakukan oleh para peneliti terdahulu tentang perilaku konsumsi ditemukan adanya hasil yang berbeda antara peneliti satu dengan peneliti lainnya, sehingga hal tersebut menjadi research gap (masalah penelitian). Penelitian yang dilakukan oleh Suprayitno (2015: 211) menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh faktor budaya terhadap perilaku konsumsi dan memiliki arah positif. Kusniawati dan Kurniawan (2016:1) dalam penelitiannya menyatakan bahwa “terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa”. Adanya penelitian yang berkaitan dengan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif menunjukkan bahwa variabel literasi ekonomi sesuai untuk meneliti perilaku konsumtif siswa.

Penelitian yang terkait dengan penggunaan media sosial maupun *Peer Group*, dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu. Dalam hal ini banyak siswa yang terpengaruh oleh media sosial dan pengaruh *Peer Group*. Berdasarkan hasil penelitian Hidayatun (2015) terdapat pengaruh positif dan signifikan intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif siswa. Perkembangan teknologi informasi menyebabkan *smartphone* menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi siswa sehingga siswa terkadang tidak fokus belajar karena terlena dengan kemajuan teknologi. Laursen (2005) dalam Murniatiningsih (2016:131) juga mengatakan bahwa "*Peer Group* merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap kehidupan masa-masa remaja". Selanjutnya, Bawono dalam penelitiannya (2018:1) menemukan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumsi. Miftahur (2018: 11) menemukan bahwa promosi penjualan berpengaruh terhadap perilaku konsumsi pada situs jual beli online Elevenia. Ini dibuktikan dengan hasil dari pengolahan data regresi linear sederhana. Berdasarkan perhitungan statistik yang diperoleh, maka hipotesis untuk penelitian ini yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara media sosial terhadap perilaku konsumsi situs jual beli online elevenia.

Sementara, Susilowati dan Sari (2014:8) berpendapat bahwa *peer group* merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap kehidupan masa-masa remaja. Kadeni dan Srijani (2018:64) mengatakan bahwa *Peer Group* adalah anak-anak atau remaja yang memiliki usia atau tingkat kematangan yang kurang lebih sama dan menerapkan prinsip-prinsip hidup bersama serta saling memberikan pengaruh kepada anggota kelompok. Remaja sering dihadapkan

pada penerimaan atau penolakan *peer group* di dalam pergaulan. Untuk menghindari penolakan *peer group*, maka remaja cenderung mengikuti hal-hal yang sama dengan kelompok sebaya agar diterima dengan baik di dalam kelompok sebaya. Salah satunya adalah dengan mengikuti pola hidup konsumtif dari kelompok teman sebaya. *Peer group* sebagai lingkungan sosial remaja (siswa) mempunyai peranan penting bagi perkembangan kepribadiannya. Kuatnya pengaruh *peer group* karena lebih banyak berada di luar rumah bersama dengan teman-teman sebaya sebagai kelompok, maka dapat dimengerti pengaruh *peer group* pada sikap, pembicaraan minat, penampilan, dan perilaku lebih besar daripada pengaruh keluarga.

Menurut penelitian yang dilakukan Yusuf (2009:60) *peer group* lebih memberikan pengaruh dalam memilih cara berpakaian, hobi, perkumpulan (*club*), dan kegiatan-kegiatan sosial lainnya. Beberapa penelitian terkait *peer group* terhadap perilaku konsumtif siswa telah dilakukan. Lebih lanjut, hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Amaliya dan Setiaji (2017) menunjukkan bahwa *peer group* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 1 Semarang. Murwanti (2017) dalam penelitiannya juga menunjukkan bahwa *peer group* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa SMP Negeri 41 Surabaya. Beberapa penelitian terkait dengan *peer group* terhadap perilaku konsumtif siswa menunjukkan bahwa variabel *peer group* masih sesuai untuk meneliti perilaku konsumtif siswa.

1. 2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, masalah-masalah perilaku konsumtif tidak hanya berkaitan dengan perilaku siswa yang cenderung konsumtif tetapi juga ada faktor yang lain yang dapat memicu terjadinya sikap konsumtif siswa diantaranya *peer group*, literasi ekonomi dan penggunaan media sosial.

Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Era globalisasi dan budaya konsumtif ini akan menjadi satu dalam membentuk sebuah gaya hidup termasuk dalam menentukan pilihan akan barang dan jasa yang akan menjadi konsumsinya
2. Kalangan siswa dalam mengkonsumsi suatu barang tidak berdasarkan kebutuhan melainkan hanya untuk memenuhi keinginan sehingga menyebabkan pemborosan.
3. Perilaku konsumtif siswa SMA Negeri Kabupaten Brebes belum terkendali secara menyeluruh. Hal ini nampak bahwa masih banyaknya siswa SMA Negeri Brebes yang lebih memilih menghabiskan uang jajannya.
4. Uang saku yang diberikan oleh orang tua terkadang kurang atau tidak dapat mencukupi kebutuhan siswa karena perilaku konsumtif.
5. Adanya pengaruh dukungan *peer group* menyebabkan siswa mudah terbujuk dan selalu mengikuti *trend* yang sedang berkembang, sehingga mendorong siswa untuk berperilaku konsumtif.
6. Perkembangan teknologi dan informasi yang canggih memudahkan siswa dalam pembelian barang secara *online* melalui media sosial.

7. Masih rendahnya tingkat pemahaman dan pengaplikasian literasi ekonomi dalam kehidupan sehari-hari siswa IPS, yang seharusnya dapat berperilaku hemat.

1.3 Cakupan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif relatif banyak, oleh karena itu dalam penelitian ini, masalahnya mencakupi antara lain:

1. Ruang lingkup penelitian, penelitian ini difokuskan pada permasalahan mengenai masalah yang terkait dengan perilaku konsumtif pada siswa kelas XI IPS SMA Negeri Kabupaten Brebes.
2. Perilaku konsumtif dalam penelitian adalah perilaku siswa dalam membeli barang bukan berdasarkan kebutuhan melainkan keinginan yang bersumber dari uang saku yang diberikan orang tua.
3. *Peer group* dalam penelitian ini adalah *Peer group* yang berada di lingkungan sekolah XI IPS SMA Negeri Kabupaten Brebes.
4. Penggunaan media sosial dalam penelitian ini adalah fitur-fitur media sosial yang dapat mempengaruhi siswa dalam berperilaku konsumtif.
5. Literasi ekonomi dalam penelitian ini adalah pemahaman pembelajaran ekonomi dapat mengkonsumsi barang secara rasional dalam kehidupan sehari-hari.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *peer group*, penggunaan media sosial, dan literasi ekonomi secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif siswa Jurusan IPS di SMA Negeri kabupaten Brebes?
2. Bagaimana pengaruh *peer group* terhadap perilaku konsumtif siswa Jurusan IPS di SMA Negeri kabupaten Brebes?
3. Bagaimana pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa Jurusan IPS di SMA Negeri kabupaten Brebes?
4. Bagaimana pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif siswa Jurusan IPS di SMA Negeri kabupaten Brebes?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis:

1. Pengaruh *peer group*, penggunaan media sosial, dan literasi ekonomi secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif siswa Jurusan IPS di SMA Negeri kabupaten Brebes.
2. Pengaruh *peer group* terhadap perilaku konsumtif siswa Jurusan IPS di SMA Negeri kabupaten Brebes.
3. Pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa Jurusan IPS di SMA Negeri kabupaten Brebes.

4. Pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku perilaku konsumtif siswa Jurusan IPS di SMA Negeri kabupaten Brebes.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki nilai guna atau manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

1.6.1 Manfaat Teoritis

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan pengetahuan ekonomi dalam dunia pendidikan tentang pengaruh *peer group*, literasi ekonomi dan penggunaan media sosial, terhadap perilaku konsumtif siswa.
- 2) Sebagai referensi dan khasanah pustaka yang berkaitan dengan perilaku konsumtif siswa dan sebagai jembatan untuk penelitian yang sama.

1.6.2 Manfaat Praktis

Adapun secara praktis manfaat dari hasil penelitian ini antara lain sebagai berikut:

- a. Bagi Siswa

Penelitian ini diharapkan dapat membuka ruang pikir bagi para siswa agar menjadi konsumen yang bijak ketika mengkonsumsi barang dan jasa.

- b. Bagi Guru

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan bekal dalam melaksanakan tugasnya sebagai guru, untuk mengajarkan pemahaman mendasar tentang literasi ekonomi kepada siswa-siswanya.

c. Bagi Sekolah

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi tambahan yang berguna bagi sekolah dalam kegiatan pembelajaran mengenai tindakan ekonomi rasional yang menyangkut perilaku konsumtif dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

d. Bagi Orang Tua

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pembelajaran kepada anak-anaknya agar mampu mengendalikan diri dan lebih selektif dalam membeli suatu barang, sehingga terbentuk pola hidup hemat dan tidak mudah terpengaruh oleh tren di era perkembangan zaman. Orang tua dapat mengontrol pola perilaku konsumtif yang dilakukan oleh anaknya, sehingga dapat menjadi pertimbangan dalam memberikan uang saku.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA TEORI, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS PENELITIAN

2.1 Kajian Pustaka

Kajian pustaka dalam penelitian ini berisi tentang berbagai penelitian terdahulu yang sudah dilakukan oleh berbagai peneliti yang dirujuk dari artikel dan jurnal ilmiah yang terkait dengan penelitian ini. Adapun kajian pustaka diuraikan sebagai berikut.

Penelitian yang dilakukan Pratiwi (2015) tentang Perilaku Konsumtif Pada Kalangan Pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus dengan menggunakan metode analisis kualitatif, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dengan variable bebasnya *peer group*, penggunaan media sosial, dan literasi ekonomi. Selain itu, variable terikatnya yaitu perilaku konsumtif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel bebas yang diteliti berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada kalangan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus. Selantnya, penelitian yang dilakukan Miranda (2017) tentang Pengaruh Instagram Sebagai Media *Online Shopping Fashion* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media social secara online dengan intesistas yang sering berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan variable

bebasnya *peer group*, penggunaan media sosial, dan literasi ekonomi. Selain itu subyek dalam penelitian ini adalah siswa SMA.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Dewi, Rusdarti, dan St. Sunarto (2017) tentang Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Perilaku konsumtif mulai muncul ketika terjadi perubahan pada pola perilaku konsumsi, yaitu menjadi perilaku konsumsi yang tidak rasional atau hanya karena faktor emosional. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan variable *independen* yang sama yaitu teman sebaya. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa, Ada pengaruh positif dan signifikan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FEB Unisbank Semarang artinya semakin tinggi pengaruh teman sebaya maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya.

Penelitian yang dilakukan Drifanda Valdyan dengan judul penelitian pengaruh literasi ekonomi dan teman sebaya terhadap perilaku konsumsi mahasiswa pendidikan ekonomi universitas PGRI Semarang mengenai perilaku konsumtif, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku ekonomi. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis pada jawaban responden pada angket dan tes telah yang dibagikan. Signifikansi yang didapat adalah 0,000, dibawah 5 % yang menandakan H_a di terima dan H_0 ditolak. 2) teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku ekonomi.

Luthje dan Franke (2003) Hasilnya adalah bahwa sikap siswa dipengaruhi oleh kepribadian siswa yaitu kecenderungan mengambil resiko dan *locus of*

control internal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *locus of control* memberikan pengaruh yang cukup kuat terhadap perilaku konsumsi siswa.

Rochmawati, (2004), menemukan dalam penelitiannya dalam judul Pengaruh Faktor Eksternal dalam Pembelian Sepeda Motor Honda memberikan kesimpulan bahwa Faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumsi adalah kebudayaan, kelompok referensi, keluarga dan kelas sosial secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan dalam pembelian sepeda motor Honda. Faktor Eksternal yang terdiri dari variabel kebudayaan, kelompok referensi, keluarga dan kelas sosial terbukti mempunyai pengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumsi dalam pembelian sepeda motor honda. Faktor kebudayaan bukan faktor yang dominan dalam mempengaruhi keputusan membeli dalam pembelian sepeda motor honda. akan tetapi justru faktor keluarga yang merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi perilaku konsumsi. Pada penelitian ini merupakan analisis korelasi antara budaya dengan perilaku ekonomi walaupun bukan merupakan faktor yang dominan. Temuan yang dilakukan oleh rajagopal (2010:10) dalam judul penelitiannya *Consumer Culture and Purchase Intentions towards Fashion Apparel*, pada penelitiannya ditemukan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan budaya konsumen terhadap perilaku konsumsi. Berbeda temuan Qiuxue Luo Paul TJJ James (2011: 7) *Influences on the buying behavior of purchasing commercial housing in Nanning city of Guangxi province, China*, menemukan bahwa teman sebaya tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi. Temuan diatas dapat kita katakan bahwa teman sebaya tidak selamanya mempengaruhi perilaku ekonomi. Model *Theory of*

Planned Behaviour sangat terbuka untuk ditambah variabel prediktor lain untuk memprediksi niat dan perilaku tentang objek yang diteliti (Ajzen:1991). Variabel eksternal dalam penelitian ini didasarkan pada faktor latar belakang yang memunculkan konstruk TPB secara umum. Ditemukan beberapa kontradiksi hasil penelitian terdahulu (research gap) pada konstruk TPB yang lengkap dengan latar belakang juga menjadi alasan di masuknya variabel eksternal dan keterbaharuan lain dalam penelitian ini adalah penelitian dilakukan pada siswa kelas XI Jurusan IPS SMA Negeri Kabupaten Brebes yang telah mendapatkan pengetahuan Ekonomi atau literasi ekonomi untuk mengontrol pengeluarannya. Menurut Wijayanti (2017) ada pengaruh secara bersama-sama antara lingkungan belajar, interaksi teman sebaya, dan iklim kelas terhadap kesiapan belajar siswa pada mata pelajaran Pengantar Kearsipan kelas X AP di SMK Teuku Umar Semarang

Penelitian yang dilakukan oleh Ardyanti Novica, Kardoyo (2018) dengan judul *Determinants of Consumption Behavior Among Students*. Memperoleh hasil bahwa

In this research, regression test result showed significances for peer group variable on consumption behavior that was < 0.05 , so H1 was accepted and significant. It showed that peer group influence played fairly important on students' consumption behavior. The more the time and interaction spent in peer group, the more it influences the teenagers or students. In this research, regression test result showed significances for peer group variable on consumption behavior that was < 0.05 , so H1 was accepted and significant. It showed that peer group influence played fairly important on students' consumption behavior. The more the time and interaction spent in peer group, the more it influences the teenagers or student. The result of the research based on Amos showed that the peer group influence towards consumption behavior was 34.5%, parents' role towards consumption behavior was 12.7%, financial literacy towards consumption behavior was 12.7%, peer group towards financial literacy was 14%, parents' role towards religiosity was 22.3%. Based on the result of the research, it can be concluded that there was influence of peer group, parents' role, religiosity, and financial literacy

towards consumption behavior, whereas in peer group towards students' financial literacy had no influence.

Dalam konsumsi yang $<0,05$, sehingga H1 diterima dan signifikan. Ini penelitian ini, hasil uji regresi menunjukkan signifikansi untuk variabel *peer group* pada perilaku menunjukkan bahwa pengaruh kelompok sebaya bermain cukup penting pada perilaku konsumsi siswa. Semakin banyak waktu dan interaksi yang dihabiskan dalam *peer group*, semakin besar pengaruhnya terhadap remaja atau siswa. Dalam penelitian ini, hasil uji regresi menunjukkan signifikansi untuk variabel *peer group* pada perilaku konsumsi yang $<0,05$, sehingga H1 diterima dan signifikan. Ini menunjukkan bahwa pengaruh kelompok sebaya bermain cukup penting pada perilaku konsumsi siswa. Semakin banyak waktu dan interaksi yang dihabiskan dalam *peer group*, semakin banyak mempengaruhi remaja atau siswa.

Hasil penelitian berdasarkan Amos menunjukkan bahwa pengaruh *peer group* terhadap perilaku konsumsi adalah 34,5%, peran orang tua terhadap perilaku konsumsi adalah 12,7%, literasi keuangan terhadap perilaku konsumsi 12,7%, *peer group* terhadap literasi keuangan 14% , peran orang tua terhadap religiusitas adalah 22,3%. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh *peer group*, peran orang tua, religiusitas, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumsi, sedangkan pada *peer group* terhadap literasi keuangan siswa tidak memiliki pengaruh.

Penelitian yang dilakukan oleh Gina Tome(2012) dengan judul *How Can Peer Group Influence the Behavior of Adolescents: Explanatory Model* dengan hasil:

The aim of the present study was to analyse the influence of the peer group in risk behaviours, violence, in health, in well-being and in adolescents' feelings about school; as well as, whether the relationship with parents may mediate that influence, through an explanatory model undertaken by a structural equation model. The most important conclusion to be drawn from this study was that peers' negative or positive influence is associated with peers with risk or protective behaviours, respectively. The results show that peers have a direct influence in adolescents' risk behaviours.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kelompok sebaya dalam perilaku berisiko, kekerasan, dalam kesehatan, dalam kesejahteraan dan perasaan remaja tentang sekolah; juga, apakah hubungannya dengan orang tua mungkin menengahi pengaruh itu, melalui model penjelasan yang dilakukan oleh model persamaan struktural. Kesimpulan paling penting yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah bahwa pengaruh negatif atau positif teman sebaya adalah terkait dengan teman sebaya dengan perilaku berisiko atau protektif, masing-masing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teman sebaya memiliki pengaruh langsung dalam perilaku berisiko remaja.

Penelitian yang dilakukan oleh Eunsoo Baek (2015) dalam judul *effects of peer consumption on hedonic purchase decision*. Hasilnya adalah *"The results supported our hypothesis that, in a hedonic consumption situation, the presence of peer consumption influences consumers' purchase decisions"* yang berarti bahwa Hasil mendukung dalam situasi konsumsi hedonis, kehadiran konsumsi rekan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Dian Chrisnawati (2011:1) dengan judul *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian (Studi Kasus Pada Remaja Berstatus sosial Ekonomi Rendah)*. Hasilnya:

The result showed that adolescent consumptive behavior was influence by several factors. Internal factors were attitude on consumptive behavior (kognitif, afektive and konative aspects), experience, impulsive and irrational buying, motivation, personality, and live style. Another intenal factors that found in this research were psysical change puberty on adolescent. External factors were family background, culture, and reference group.

Maksudnya bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif remaja dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor internal adalah sikap pada perilaku konsumtif (kognitif, aspek afektif dan konatif), pengalaman, pembelian impulsif dan irasional, motivasi, kepribadian, dan gaya hidup. Faktor intenal lain yang ditemukan dalam penelitian ini adalah perubahan pubertas pubertas pada remaja. Faktor eksternal adalah latar belakang keluarga, budaya, dan kelompok referensi atau teman sebaya.

Penelitian yang dilakukan oleh Dessyta Gumanti (2017:1) dengan judul pengaruh pendapatan kelompok referensi, literasi ekonomi, dan sertifikasi guru terhadap perilaku konsumsi guru SD, SMP, SMA di kecamatan gunung talang Kabupaten Solok. Hasilnya, kelompok referensi berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi guru SD, SMP, SMA di kecamatan gunung talang Kabupaten Solok dan literasi ekonomi berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi guru SD, SMP, SMA di kecamatan gunung talang Kabupaten Solok.

Nørgaard Kumpel Maria (2013) dengan judul *Peer influence on adolescentsnacking* menghasilkan bahwa:

The focus group findings regarding the social and symbolic meaning of snacks indicatedthat peerswere found to play a big role in adolescents' snack purchases and consumption.Expressing a desired self-image is a major concern even when buying snacks andtherefore adolescents choose more expensive, national brand snacks that support their.

Maksud dari penemuan tersebut adalah fokus temuan ini mengenai makna sosial dan simbolik dari makanan ringan ditunjukkan bahwa rekan-rekan ternyata memainkan peran besar dalam pembelian dan konsumsi makanan ringan remaja. Mengekspresikan citra diri yang diinginkan adalah perhatian utama bahkan ketika membeli makanan ringan, Oleh karena itu remaja memilih camilan merek nasional yang lebih mahal yang mendukungnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini yang yang mempengaruhi pembelian makanan ringan remaja adalah teman sebaya.

Gillani Fatima (2012) *Impact of Peer Pressure and Store Atmosphere on Purchase Intention: An Empirical Study on the Youngsters in Pakistan*. Dalam penelitiannya menyatakan bahwa:

The study has been conducted on a sample of 393 young students belonging to different colleges and universities of Pakistan. The study has targeted the young chunk of consumers in Pakistan as they make up a major and substantial part of the customer base for different organizations. The research has investigated the impact of two factors i.e. peer pressure and store atmosphere on the purchase intentions of these youngsters and concluded that there is a significant and positive relationship between the two factors and purchase intention. This empirical study is a contribution to theory and practice with an increased and detailed understanding on young Pakistani consumer behaviour and the underlying causes which are strong determinants of their purchase intentions.

Penelitian tersebut dengan sampel dari 393 siswa muda yang berasal dari berbagai perguruan tinggi dan universitas di Pakistan. Studi ini menargetkan sebagian kecil konsumen di Pakistan karena mereka merupakan bagian utama dan substansial dari basis pelanggan untuk berbagai organisasi. Penelitian ini telah menyelidiki dampak dari dua faktor yaitu tekanan teman sebaya dan atmosfir toko pada niat beli anak-anak ini dan menyimpulkan bahwa ada hubungan yang

signifikan dan positif antara kedua faktor dan niat beli. Studi empiris ini merupakan kontribusi terhadap teori dan praktik dengan pemahaman yang meningkat dan terperinci tentang perilaku konsumen muda Pakistan dan penyebab mendasar yang merupakan penentu kuat niat pembelian mereka.

Selanjutnya penelitian oleh Sari Noviana (2014) Hasil penelitian menggambarkan bahwa nilai konsumsi mahasiswa berdasarkan aspek fungsional tergolong tinggi dengan presentase 65,00%. Menurut Sipunga Puspita (2014) perilaku konsumtif dari keseluruhan kelompok subjek berada pada kategori sedang. Menurut Khotimah Kusnul (2016) ada pengaruh sikap konsumen, gaya hidup dan minat beli terhadap keputusan pembelian produk fashion secara langsung maupun tidak langsung melalui minat beli sebagai variabel intervening. Menurut putri Sheila (2016) variabel literasi keuangan berpengaruh terhadap rasionalitas sebesar 26%. Triwidisari Asri (2017) menyatakan media sosial instagram berhubungan positif signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa. Menurut Mawo Theodorus (2017) menyatakan literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan konsep diri dan budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Anggaraeni Elly (2018) Media sosial dan status sosial ekonomi orang tua secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas negeri Semarang. Safitri Nur (2018) financial behavior pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2015 tergolong baik. Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa variabel jenis kelamin, usia, indeks prestasi kumulatif, pendapatan orang tua, dan personal

financial awareness berpengaruh secara simultan terhadap financial behavior sebesar 3,9%. Hidayah Nailatul (2018) Hasil penelitian menunjukkan bahwa uang saku, locus of control, dan lingkungan teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Secara parsial uang saku berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Locus of control berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Serta lingkungan peer group berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Gupta1 Nirupma (2016)*Peer Influence on Service Purchase Decisions by Young Adults*. Hasil penelitiannya yaitu:

Consumer behavior occupies a crucial role in designing marketing strategies. Several internal and external factors influence consumer purchase decisions for products. This study investigated the effect of peer influence, more specifically; informational and normative influence on service purchase decisions of college going young adults. A convenience sampling technique was used to select 112 students enrolled in regular courses in a private university in National Capital Region. A well structured self administered questionnaire comprising 36 statements, 9 each for four service categories, was distributed to the select sample and data was analyzed using descriptive statistics and t-test. Results indicated that affect of informational peer influence is more than normative peer influence on the decision to purchase both privately and publicly consumed necessity services as well as both privately and publicly consumed luxury services.

Perilaku konsumen menempati peran penting dalam merancang strategi pemasaran. Beberapa faktor internal dan eksternal mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk produk. Studi ini menyelidiki efek dari pengaruh teman sebaya, lebih khusus; pengaruh informasi dan normatif pada keputusan pembelian layanan perguruan tinggi dewasa muda. Teknik convenience sampling digunakan untuk memilih 112 siswa yang terdaftar dalam kursus reguler di universitas swasta di Kawasan Ibu Kota Nasional. Kuesioner yang dikelola sendiri

dengan baik terdiri dari 36 pernyataan, masing-masing 9 untuk empat kategori layanan, didistribusikan ke sampel terpilih dan data dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan uji-t. Hasil menunjukkan bahwa pengaruh teman sebaya informasional lebih dari pengaruh rekan normatif pada keputusan untuk membeli layanan kebutuhan yang dikonsumsi secara pribadi dan publik serta layanan mewah yang dikonsumsi secara pribadi dan publik.

Efendi Riyanto (2019) *The Mediation of Economic Literacy on the Effect of Self Control on Impulsive Buying Behaviour Moderated by Peers*. Hasil penelitiannya:

The methodology of this research is quantitative research involving respondents as many as 191 students taken by proportional random sampling technique. Data multiple linear regression by using SPSS Version 20 is used to analyze the data. The research results show that; (1) Self-control gives a negative and significant influence on impulsive buying, (2) Economic literacy mediate the influence of the relationship of self-control to impulsive buying, and (3) Peers moderate the mediation of economic literacy of self-control on impulsive buying.

Metodologi penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang melibatkan responden sebanyak 191 siswa yang diambil secara proporsional acak teknik pengambilan sampel. Data regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa; (1) Kontrol diri memberikan pengaruh negatif dan signifikan terhadap pembelian impulsif, (2) Literasi ekonomi memediasi pengaruh hubungan *self control* untuk pembelian impulsif, dan (3) Peer group memoderasi mediasi literasi ekonomi kontrol diri pada pembelian impulsif. Hal ini diperkuat oleh penelitian oleh Oktafikasari (2017) dengan hasil penelitian bahwa literasi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Gulati Shruti (2017) *impact of peer pressure on buying behaviouri* hasil penelitiannya yaitu:

Purchase of a commodity, good or service is guided by a host of factors. Each factor influences a purchase differently. While some stimulate buying, the other might discourage a consumer. Peer pressure is one of those unique pushes that a rational consumer considers before an actual or a potential purchase of any good or service. Peer pressure rightly puts pressure of the peer or the persons surrounding for any action, buying being the relevant one in this case.

Pembelian suatu komoditas, barang atau jasa dipandu oleh sejumlah faktor. Setiap faktor mempengaruhi pembelian secara berbeda. Sementara beberapa merangsang pembelian, yang lain mungkin membuat konsumen enggan. Tekanan teman adalah salah satu dorongan unik yang dipertimbangkan konsumen rasional sebelum pembelian aktual atau potensial atas barang atau jasa apa pun. Tekanan teman secara tepat memberi tekanan pada rekan atau orang-orang di sekitarnya untuk tindakan apa pun, membeli menjadi tindakan yang relevan dalam kasus ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Maghdalena Kowalska. 2012. *The Internet Impact on Market Behavior of Young Consumers*. Hasilnya menunjukkan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemajuan teknologi dan peningkatan aksesibilitas internet menyebabkan perubahan signifikan dalam perilaku konsumen. Konsumen muda lebih memilih pembelian yang dilakukan melalui internet dengan alasan kuat yaitu menghemat waktu, kenyamanan, dan dapat membandingkan produk dengan toko lain. Hal ini senada dengan hasil penelitian oleh Amalia (2017) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh penggunaan sosial media instagram terhadap perilaku ekonomi sebesar 11,28 %. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Aldo Enrico, Ritchie Aron, dan Weriye Oktavia.

2014. *The Factors that Influenced Consumptive Behavior: A Survey of University Students in Jakarta*. Variabel yang digunakan adalah keinginan, daya beli, penggunaan produk, status sosial, gaya hidup keluarga, dan perilaku konsumtif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keinginan, daya beli, penggunaan produk, status sosial, gaya hidup keluarga memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Jakarta. Semua variabel diterima dan saling berkaitan dan signifikan hasilnya.

Watung, Sjeddie Rianne. (2018) *International journal of Scientific Research and Management (IJSRM) Vol. 6 No. 4. The Influence of Financial Literacy, Social Environment Factors and Cultural Factors to consumption Behavior, (Survey on Faculty of Economic Students, Manado State University-Indonesia*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Literasi keuangan, faktor lingkungan sosial dan budaya berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Sheng (2007:1) menyatakan bahwa pada penelitian ini menghubungkan terutama berfokus pada evaluasi konsumen. Pada penelitian ini mengambil variabel diskon harga pada perilaku konsumen dari produk diskon. Hasilnya adanya efek saling mempengaruhi dengan saling melengkapi yang menunjukkan bahwa diskon harga memberikan efek negatif ini dengan perilaku konsumen. Penelitian Ahmeti (2015:507) menyatakan bahwa variabel pada penelitian ini yaitu globalisasi pasar, budaya serta perilaku konsumsi. Faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumsi yaitu promosi. Hasil penelitian ini penentuan

harga perlu disiapkan berdasarkan strategi di mana perusahaan melihat keuntungannya sehingga dapat menaikkan perilaku konsumsi.

Penelitian Victor (2018: 11) menyatakan bahwa hasil analisis faktor eksplorasi diidentifikasi pengalaman berbelanja, kesadaran tentang harga dinamis, masalah privasi, promosi, harga wajar, persepsi, efikasi diri dan niat perlindungan diri sebagai faktor yang bisa memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dan keputusan pembelian. Daniel Iman K, Zainal Arifin, dan M. Kholid Mawardi. 2014. Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Kesadaran Konsumen pada Produk Internasional (Studi pada Penggunaan Produk Uniqlo di Indonesia). Variabel yang digunakan adalah *Brand exposure*, *customer engagement*, *electronic word of mouth*, dan kesadaran konsumen. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel *brand exposure* berpengaruh namun tidak signifikan terhadap kesadaran konsumen. Variabel *customer engagement* berpengaruh signifikan terhadap kesadaran konsumen. Variabel *electronic word of mouth* berpengaruh paling signifikan terhadap kesadaran konsumen. Variabel *brand exposure* berpengaruh namun tidak signifikan terhadap kesadaran konsumen. Variabel *customer engagement* berpengaruh signifikan terhadap kesadaran konsumen. Variabel *electronic word of mouth* berpengaruh paling signifikan terhadap kesadaran konsumen.

2.2 Kerangka Teoritis

2.2.1 Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli secara berlebihan dengan mengutamakan kebutuhan sekunder dan tersier daripada kebutuhan primernya yang menyebabkan seseorang menjadi boros. Perilaku konsumtif mulai muncul ketika terjadi perubahan pada pola perilaku konsumsi, yaitu menjadi perilaku konsumsi yang tidak rasional atau hanya karena faktor emosional. Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Nitisusastro (2013) menyatakan istilah perilaku konsumen merupakan perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk barang dan produk jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Perilaku konsumen (*consumer behaviour*) menurut Mowen & Minor (2002) merupakan studi tentang unit pembelian (*buying unit*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide.

Menurut Mangku negara (2002) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan. Menurut The American Marketing Association dalam Setiadi (2008) mengatakan bahwa perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara afeksi, kognisi, perilaku dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka. Definisi tersebut terdapat tiga ide penting, yaitu: (1) perilaku konsumen adalah dinamis, (2) hal tersebut melibatkan interaksi antara

afeksi dan kognisi, perilaku dan kejadian di sekitar, serta (3) hal tersebut melibatkan pertukaran. Hal ini di kuatkan oleh hasil penelitian oleh Purbaningrum (2019) menyatakan bahwa prinsip secukupnya anggota keluarga cemara tercermin pada sikap yang mendahulukan prioritas dan mencukupkan diri pada hal yang ada. Hal ini berbeda dengan temuan dari Setyaningrum Mei (2018) yang menemukan bahwa tingkat literasi ekonomi mahasiswa tidak memiliki pengaruh terhadap konsumtivitas mahasiswa, mahasiswa masih belum dapat menerapkan literasi ekonomi yang dimiliki, konsumtivias mahasiswa dipengaruhi oleh lingkungan keluarga, jumlah uang saku dan teman sebaya serta kemungkinan literasi ekonomi yang dimiliki mahasiswa belum mengacu pada penerapan kehidupan nyata mahasiswa sehari-hari.

Hempel (dalam Tiurma Yustisi Sari 2009: 21) menggambarkan perilaku konsumsi sebagai adanya ketegangan antara kebutuhan dan keinginan manusia. Sedangkan menurut Yayasan Konsumen Indonesia (dalam Tiurma Yustisi Sari 2009: 22) menyatakan perilaku konsumsi adalah kecenderungan manusia untuk menggunakan barang atau jasa tanpa batas dan manusia lebih mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan. Suherman Rosyidi (2006:163) Konsumsi diartikan sebagai penggunaan barang-barang dan jasa-jasa yang secara langsung akan memenuhi kebutuhan manusia. Konsumsi atau lebih tepatnya pengeluaran konsumsi pribadi adalah pengeluaran oleh rumah tangga atas barang-barang akhir dan jasa.

Menurut Sunyoto (2013:1), pemahaman akan perilaku konsumsi dapat diaplikasikan dalam beberapa hal, yang pertama adalah untuk merancang sebuah

strategi pemasaran yang baik, misalnya menentukan kapan saat yang tepat perusahaan memberikan diskon untuk menarik pembeli. Kedua, perilaku konsumsi dapat membantu pembuat keputusan membuat kebijakan publik. Misalnya dengan mengetahui bahwa konsumen akan banyak menggunakan transportasi saat lebaran, pembuat keputusan dapat merencanakan harga tiket transportasi di hari raya tersebut. Aplikasi ketiga adalah dalam hal pemasaran sosial (*social marketing*), yaitu penyebaran ide di antara konsumen. Dengan memahami sikap konsumen dalam menghadapi sesuatu, seseorang dapat menyebarkan ide dengan cepat dan efektif.

Hawkins, Best dan Coney (Suryani, 2008:6), menyatakan bahwa perilaku konsumsi adalah "*Consumer behaviour is the study if individuals, groups or organizations and the process they use to select, secure, use and dispose of products, services, experiences or ideas to satisfy need and the impact that these processes have on the consumer and society*". Hal ini berarti perilaku konsumsi merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi dan proses yang dilakukan untuk memilih, mengamankan, menggunakan dan menghentikan produk, jasa, pengalaman atau ide untuk memuaskan kebutuhannya dan dampaknya terhadap konsumen dan masyarakat pada umumnya.

Dari definisi-definisi di atas dapat kita simpulkan bahwa perilaku konsumsi merupakan suatu perilaku membeli dan menggunakan barang yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengurangi atau menghabiskan barang tanpa batas di mana individu lebih mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan dan memanfaatkan nilai

uang lebih besar untuk dapat memenuhi keinginannya dibandingkan kebutuhan. Para pelajar SMA Negeri Kabupaten Brebes di dorong untuk mampu berperilaku rasional dalam mengkonsumsi barang dan jasa hal ini di bekali dengan di berikannya pengetahuan tentang perilaku konsumsi.

Menurut Sumartono (2002) menyatakan perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Menurut Mowen & Minor (2002) menyebutkan bahwa perilaku konsumtif didefinisikan sebagai studi tentang unit pembelian dan proses pertukran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman serta ide-ide. Perilaku konsumtif adalah perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas juga gaya hidup yang bermewah-mewah (Effendi, 2016).

Pendapat lain dikemukakan oleh Aprilia & Hartoyo (2013) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang dipengaruhi oleh faktor-faktor sosiologis di dalam kehidupannya yang ditunjukkan untuk mengkonsumsi secara berlebihan atau pemborosan dan tidak terencana terhadap jasa dan barang yang kurang atau bahkan tidak diperlukan. Menurut Tambunan (2001) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku konsumen yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok. Perilaku konsumtif berdasarkan pengertian yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku

individu yang lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan serta cenderung hidup boros.

Engel, Blackwell, dan Miniard (1995: 46-57) mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan perilaku konsumsi antara lain :

1) Faktor Internal :

a. Motivasi

Motivasi adalah pendorong perilaku seseorang, dalam melakukan pembelian atau penggunaan jasa yang tersedia.

b. Kepribadian

Kepribadian merupakan suatu sifat yang terdapat dalam diri individu yang dapat mempengaruhi perilakunya. Hal ini sangat berpengaruh dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk.

c. Efikasi diri

Efikasi diri dapat mempengaruhi persepsi dan perilaku konsumsi seseorang. Ada beberapa tipe efikasi diri yaitu efikasi diri yang disadari, efikasi diri menurut orang lain sehingga akan mempengaruhi perilaku konsumsinya.

d. Pengalaman belajar

Pengalaman belajar maksudnya konsumen mengamati dan mempelajari stimulus yang berupa informasi-informasi yang diperolehnya. Informasi tersebut dapat berasal dari pihak lain maupun dirinya sendiri yakni melalui pengalaman. Hasil belajar ini dipakai sebagai referensi untuk membuat keputusan dalam pembelian.

e. Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan suatu konsep yang paling umum untuk memahami perilaku konsumen. Gaya hidup merupakan suatu pola rutinitas kehidupan dan aktivitas seseorang dalam menghabiskan waktu dan ruang. Gaya hidup menggambarkan aktivitas seseorang, ketertarikan dan pendapat seseorang dalam suatu hal.

2) Faktor Eksternal

a. Kebudayaan

Budaya dapat merupakan hasil kreativitas manusia dari generasi ke generasi berikutnya yang menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya. Keberagaman kebudayaan akan membentuk perilaku yang berbeda-beda.

b. Kelas Sosial

Status kelas sosial yaitu bentuk-bentuk perilaku konsumen yang berbeda dan mempengaruhi cara seseorang dalam mengkonsumsi barang.

c. Kelompok Referensi

Kelompok referensi adalah sekelompok orang yang sangat mempengaruhi perilaku individu. Sehingga kelompok referensinya menjadikan suatu referensi untuk menentukan produk yang akan dikonsumsinya.

d. Situasi

Situasi yang dimaksud disini antara lain lingkungan fisik, lingkungan sosial, waktu, suasana, hati, dan kondisi seseorang sangat mempengaruhi perilaku konsumsi seorang. Sehingga jika situasi berubah, maka perilaku pun seseorang akan berubah.

e. Keluarga

Keluarga memiliki pengaruh yang sangat besar dalam pembentukan sikap dan perilaku anggotanya, termasuk dalam pembentukan keyakinan dalam menetapkan keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan barang atau jasa.

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat kita simpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan perilaku konsumsi dibagi menjadi dua antara lain: faktor internal dan faktor eksternal. Menurut Sumartono (dalam Tiurma Yustisi Sari 2009: 26-27), definisi konsep perilaku konsumsi sangat banyak, akan tetapi pada intinya pengertian perilaku konsumsi adalah membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan pokok. Secara operasional, indikator perilaku konsumtif yaitu :

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah.

Maksudnya konsumen membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.

Contohnya antara lain; pembelian boros, pembelian karena ada promo, dan pembelian dikarenakan ada diskon

2. Membeli produk karena kemasannya menarik.

Konsumen sangat mudah terbujuk untuk membeli produk karena kemasannya dihias dengan warna-warna yang menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus dengan rapi dan menarik.

Contohnya; pembelian karena kemasan unik, pembelian karena warna kemasan merupakan warna favorit dan pembelian karena kemasannya yang lucu

3. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).

Konsumen berperilaku karena adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah. Contohnya; membeli karena harganya murah, pembelian karena tampilan barangnya, dan membeli barang karena boros

4. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.

Konsumen membeli barang untuk menunjang sifat eksklusif dengan dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan hebat di mata orang lain.

Contohnya; membeli barang karena merek ternama, membeli barang karena *limited edition* dan membeli barang karena harganya mahal

5. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model iklannya

Siswa cenderung meniru perilaku model yang diidolakanannya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya.

Contohnya; membeli karena model iklannya adalah idolanya dan artis modelnya memberikan inspirasi

6. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.

Siswa terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan sehingga menumbuhkan rasa percaya diri.

Contohnya; persepsi harga murah merupakan kualitas rendah dan harga mahal akan meningkatkan status sosialnya.

7. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merk berbeda).

Siswa lebih memilih menggunakan produk jenis sama dengan merk yang lain dari produk sebelumnya meskipun produk tersebut belum habis dipakainya. Contoh; pemakaian 2 merk berbeda dan ketidak puasan menggunakan 1 merk

Siswa yang suka berbelanja tanpa disadari menyebabkan perilaku konsumsi. Perilaku konsumsi ini dipengaruhi oleh berbagai faktor namun pada dasarnya keinginan untuk berbelanja berpengaruh pada tumbuhnya perilaku konsumsi ini. Berdasarkan kajian teori yang telah dikemukakan diatas yang dimaksud dengan perilaku konsumtif adalah suatu tindakan seseorang dalam mengkonsumsi barang dan jasa tidak tanpa didasarkan tindakan rasional. Indikator yang digunakan untuk mengukur perilaku konsumtif adalah (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 manfaat atau kegunaanya, (5) membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.

2.2.2 Peer Group

Perilaku konsumtif yang dilakukan oleh remaja atau siswa tidak lepas dari lingkungan sosial remaja atau siswa saat berinteraksi dengan kelompoknya baik itu yang di sekolah, ekstrakurikuler, maupun kelompok bermain semisal geng. Suryani (2013:160) kelompok didefinisikan sebagai kumpulan dari dua orang atau lebih yang saling berinteraksi untuk mencapai tujuan bersama. Kelompok teman sebaya sebagai lingkungan sosial bagi remaja (siswa) mempunyai peranan yang cukup penting bagi perkembangan kepribadiannya (Yusuf, 2009:59). Menurut Amaliya dan Setiaji (2017:2) peer group akan memberikan pengaruh dalam memilih cara berpakaian, hobi, perkumpulan, dan kegiatan-kegiatan sosial lainnya. Karena terkadang remaja membeli sesuatu bukan karena kebutuhan tapi karena pendapat orang lain sangat penting bagi dirinya dan ia ingin tampil menarik seperti teman-temannya. Hal ini berbeda dengan temuan Khumaira (2018) terdapat hubungan negatif yang signifikan antara dukungan teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa konsumen perawatan kecantikan. Total sumbangan efektif ketiga variabel sebesar 69,2% sehingga masih terdapat 30,8% dipengaruhi oleh variabel lain.

Sedangkan menurut Dewi, dkk(2017:30) *peer group* merupakan kelompok anak-anak dengan tingkat kedewasaan yang sama dan menerapkan prinsip-prinsip hidup bersama serta saling memberikan pengaruh kepada anggota kelompok. Menurut Tirtarahardja dan Sulo (2005:181) kelompok sebaya (*peers group*)

adalah suatu kelompok yang terdiri dari orang-orang yang bersamaan usianya, antara lain: kelompok bermain pada masa kanak-kanak, kelompok monoseksual yang hanya beranggotakan anak-anak sejenis kelamin, atau gang yaitu kelompok anak-anak nakal. Murniatiningsih (2017:138) mendefinisikan teman sebaya atau *peer group* adalah sekelompok teman sebaya yang mempunyai ikatan emosional yang kuat dan mereka dapat berinteraksi, bertukar pikiran, dan pengalaman dalam memberikan perubahan dan pengembangan dalam kehidupan sosial dan pribadinya. Remaja sering dihadapkan pada penerimaan atau penolakan teman sebaya di dalam pergaulan.

2.2.2.1 Ciri-Ciri *Peer Group*

Menurut Santosa (2006:81) kelompok sebaya memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

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. Pimpinan adalah orang yang disegani dalam kelompok itu. Adapun semua anggota mempunyai kedudukan dan fungsi sama.

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. *Peer group* mengajarkan individu tentang kebudayaan yang luas

Peer group 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

Siswa mempunyai keinginan, tujuan dan kebutuhan yang sama. Dengan adanya tujuan yang sama maka akan semakin mendekatkan dan mengakrabkan antar teman sebaya.

2.2.2.2 Fungsi *Peer Group*

Peer group memiliki fungsi-fungsi sebagai berikut (Santosa, 2006:79):

1. Mengajarkan kebudayaan

Dalam *peer group* atau teman sebaya diajarkan kebudayaan yang berada ditempat itu, misalnya orang luar negeri masuk ke Indonesia maka teman sebayanya di Indonesia mengajarkan kebudayaan Indonesia.

2. Mengajarkan mobilitas sosial

Mobilitas adalah perubahan status yang lain, misalnya ada kelas menengah dan kelas rendah. Dengan adanya kelas rendah pindah ke kelas menengah dinamakan mobilitas sosial.

3. Membantu peranan sosial yang baru

Kelompok sebaya memberikan kesempatan bagi anggotanya untuk mengisi peranan sosial yang baru.

4. Kelompok sebaya sebagai sumber informasi bagi orang tua dan guru bahkan untuk masyarakat

Kelompok teman sebaya di sekolah bisa sebagai sumber informasi bagi guru dan orang tua tentang hubungan sosial individu dan seorang yang berprestasi baik dapat dibandingkan dalam kelompoknya.

5. Individu dapat mencapai ketergantungan satu sama lain

Dalam kelompok sebaya individu dapat merasakan kebersamaan dalam kelompok dan saling ketergantungan satu sama lain.

6. Mengajarkan moral orang dewasa

Anggota kelompok sebaya bersikap dan bertingkah laku seperti orang dewasa, karena mereka ingin melakukan segala sesuatu sendiri tanpa bantuan orang dewasa. Individu dalam mempersiapkan diri menjadi orang dewasa mereka belajar memperoleh kemandirian sosial.

7. Individu dapat mencapai kebebasan sendiri

Kebebasan disini diartikan sebagai kebebasan untuk berpendapat, bertindak, atau menemukan identitas diri, karena setiap individu mempunyai tujuan dan keinginan yang sama.

2.2.2.4 Indikator *Peer Group*

Santosa (2006:23) mengemukakan bahwa indikator *peer group* adalah:

1. Kerjasama

Kerjasama sangat diperlukan, karena dengan adanya gotong royong atau kerjasama siswa akan lebih mudah melaksanakan kegiatan yang sedang dilakukan, adanya tukar pikiran antar individu yang akan memunculkan

berbagai ide atau jalan keluar dalam pemecahan masalah serta menunjang kekompakan antar siswa. Contoh; diskusi, kerjasama, membantu anggota kelompok dan memecahkan masalah.

2. Persaingan

Persaingan adalah suatu perjuangan yang dilakukan perorangan atau kelompok sosial tertentu agar memperoleh kemenangan atau hasil secara kompetitif tanpa menimbulkan ancaman atau benturan fisik. Persaingan dalam hal ini adalah persaingan antar siswa untuk mendapatkan prestasi yang lebih baik. Contoh; bersaing dan iri hati

3. Pertentangan

Suatu bentuk interaksi sosial ketika individu atau kelompok dapat mencapai tujuan sehingga individu atau kelompok lain hancur.

Contohnya; berdebat, diperlakukan tidak adil dan keterpaksaan

4. Penerimaan/Akulturasi

Penerimaan atau akulturasi adalah suatu proses sosial yang timbul manakala suatu kelompok manusia dengan kebudayaan tertentu dihadapkan dengan unsur dari suatu kebudayaan asing. Kebudayaan asing tersebut lambat laun diterima dan diolah dalam kebudayaannya sendiri tanpa menyebabkan hilangnya unsur kebudayaan kelompok itu sendiri.

Contohnya; sosialisasi, interaksi dan memberi perhatian

5. Persesuaian/Akomodasi

Persesuaian atau akomodasi adalah penyesuaian tingkah laku manusia, yang dimaksud disini adalah siswa dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitarnya. Contohnya; adanya persamaan, nyaman dan sesuai keinginan

6. Perpaduan/Asimilasi

Perpaduan atau asimilasi adalah pembaharuan dua kebudayaan yang disertai dengan hilangnya ciri khas kebudayaan asli sehingga membentuk kebudayaan baru. Contohnya; Bauran, menyatu dan kebiasaan baru

Yusuf (2009:59) menyatakan bahwa kelompok teman sebaya sebagai lingkungan sosial remaja atau siswa mempunyai peranan penting bagi perkembangan kepribadiannya.

Aspek kepribadian remaja yang terlihat dalam pengalaman bergaul dengan teman sebaya adalah sebagai berikut:

1. *Sosial cognition*, yaitu kemampuan dalam memikirkan ide, perasaan, motif, dan tingkah laku dirinya sendiri maupun orang lain.
2. Konformitas, yaitu motif untuk menjadi sama, sesuai, dengan nilai-nilai dan kebiasaan, kegemaran atau hobi, dan budaya teman sebayanya.

Berdasarkan kajian teori yang telah dikemukakan diatas yang dimaksud dengan teman sebaya adalah sekelompok orang yang usia dan statusnya sama yang saling berinteraksi dan memberikan peranan penting terhadap kehidupan sosial dan perkembangan kepribadiannya. Dari penjelasan tersebut, diketahui bahwa salah satu penyebab terjadinya perilaku konsumtif adalah adanya pengaruh kelompok teman sebaya. Indikator yang digunakan untuk mengukur teman sebaya

yaitu (1) kerjasama, (2) persaingan, (3) pertentangan, (4) penerimaan, dan (5) persesuaian/akomodasi.

2.2.3 Literasi Ekonomi

Literasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *literacy* dari bahasa latin yakni *littera* atau huruf yang artinya melibatkan penguasaan sistem-sistem tulisan dan konvensi-konvensi yang menyertainya. Menurut Solihat dan Arsanik (2018:8) literasi adalah serangkaian langkah yang terpadu untuk membuka cakrawala berpikir sehingga mampu bersikap dengan tepat. Literasi sangat penting bagi seseorang dalam kehidupan sehari-hari untuk mendapatkan sebuah informasi yang relevan. Menurut Mankiw (2012:4) ilmu ekonomi (*economics*) adalah studi mengenai bagaimana masyarakat mengatur sumber daya yang langka. Sedangkan menurut Nopirin (2008:1) dalam Nuraeni (2015:17) ilmu ekonomi pada dasarnya mempelajari upaya manusia baik secara individu maupun masyarakat dalam rangka melakukan pilihan penggunaan sumber daya yang terbatas guna memenuhi kebutuhan (yang pada dasarnya bersifat tidak terbatas) akan barang dan jasa.

Menurut Solihat dan Arsanik (2018:10) literasi ekonomi merupakan kemampuan untuk menggunakan konsep dasar ekonomi dan cara berfikir kritis dalam pembuatan keputusan ekonomi. Literasi ekonomi dapat membuat seseorang menjadi cerdas dalam mengelola sumber daya ekonomi untuk mencapai kesejahteraan dengan cara mengaplikasikan konsep ekonomi tersebut. Sedangkan menurut Sina (2013:135) dalam Kusniawati dan Kurniawati (2016:3) menyatakan bahwa literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk merubah perilaku dari

tidak cerdas menjadi cerdas, seperti bagaimana memanfaatkan pendapatan untuk menabung, berinvestasi, proteksi dan memenuhi kebutuhan hidup. Risnawati, dkk (2018:431) literasi yang telah didapatkan dari sekolah menengah atas (SMA), diharapkan dapat membentuk sikap yang rasional kepada siswa dalam berkonsumsi. Literasi ekonomi dianggap sangat penting dalam meningkatkan kompetensi setiap individu untuk membuat keputusan pribadi dan sosial. Hal ini berbanding terbalik dengan temuan Nurachma Yasin'ta Aulia (2016) yang menyatakan bahwa ada pengaruh negatif literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa secara parsial sebesar 8,58%.

2.2.3.1 Hubungan Literasi Ekonomi dengan Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumen ditentukan oleh tingkat pengetahuan masyarakat tentang ekonomi, sehingga literasi ekonomi menjadi hal penting. Masyarakat yang memiliki pengetahuan tentang ekonomi akan lebih memahami kebijakan pemerintah daripada masyarakat yang tidak memiliki pemahaman mengenai literasi ekonomi. Dengan adanya literasi ekonomi seseorang dapat bertindak secara cerdas dalam mengambil sebuah keputusan. Literasi dalam perekonomian sangat diperlukan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, masyarakat yang cerdas akan memilih produk yang dapat meningkatkan perekonomian negaranya, bukan memperkaya negara lain.

Secara pengetahuan, remaja atau mahasiswa sudah memiliki pengetahuan yang lebih dari cukup terkait perilaku konsumen. Dalam hal ini, siswa kelas jurusan IPS akan berperilaku atau bertindak sesuai dengan pengetahuan yang

didapatkan selama proses pembelajaran disekolah. Berkaitan dengan perilaku konsumsi, pendidikan memegang peranan penting dalam meningkatkan sumber daya manusia yang berkualitas dan dapat membentuk sikap siswa yang rasional dalam berkonsumsi. Keputusan ekonomi yang cerdas terlihat dari kemampuan mencari sumber daya yang dimiliki untuk menciptakan *benefit*. Hal ini diperjelas oleh Jappelli (2009) dalam Nuraeni (2015: 22) literasi ekonomi menjadi semakin penting untuk membuat keputusan rumah tangga, yaitu bagaimana berinvestasi yang tepat, berapa banyak meminjam yang tepat di pasar uang dan bagaimana memahami konsekuensi atas stabilitas keseluruhan ekonomi.

2.2.3.2 Indikator Literasi Ekonomi

Indikator literasi ekonomi siswa dapat diukur menggunakan tingkat literasi ekonomi siswa dengan cara melakukan tes objektif berbentuk soal pilihan ganda dengan skala tingkat literasi ekonomi yaitu *The Standards in Economics Survey* yang dikembangkan oleh *Council For Economic Education (CEE)* sebuah organisasi asal Amerika Serikat yang khusus menangani pendidikan ekonomi dan keuangan untuk seluruh lapisan masyarakat untuk anak, remaja dan orang dewasa. Materi yang diambil dalam tes ini adalah tentang ekonomi mikro yang telah disesuaikan dengan konteks remaja khususnya siswa tingkat sekolah menengah. Indikator tersebut merupakan tolok ukur yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa yaitu:

1) Masalah pokok ekonomi

Masalah ekonomi yang terjadi diantaranya Pengangguran, Kemiskinan, Harga Profit, Hutang, sistem ekonomi politik, Kesejahteraan dan Pertumbuhan ekonomi untuk lebih memahami masalah ekonomi tersebut. Pada penelitian ini contoh aspek indikatornya meliputi; kesesuaian antara barang yang diproduksi dengan kebutuhan, keinginan, dan kemauan konsumen .

2) Kegiatan ekonomi pelaku ekonomi

Pelaku ekonomi adalah semua pihak yang melakukan kegiatan ekonomi (produksi, distribusi, dan konsumsi), baik itu perorangan maupun organisasi (pemerintah atau swasta). Contohnya; Memperoleh pendapatan, membelanjakan pendapatan mereka di pasar barang. Menabung, Membayarkan pajak, Melakukan transaksi pembelian di pasar dan berbelanja kebutuhan sehari-hari

3) Prinsip ekonomi

Dalam kegiatan konsumsi adalah upaya dalam memperoleh kepuasan sebesar-besarnya dari suatu barang atau jasa dengan pengorbanan dan penggunaan anggaran tertentu. Contoh Penerapan yaitu: membeli barang yang berkualitas, membeli barang dengan harga terjangkau atau murah, membuat daftar barang yang dibutuhkan, memilih barang sebelum membelinya, mengadakan tawar menawar sebelum membeli barang, mampu mengendalikan pengeluaran dengan memperhatikan pendapatan kita.

4) Penawaran dan permintaan

Maksudnya, menggambarkan atas hubungan-hubungan di pasar, antara para calon pembeli dan penjual dari suatu barang. Contohnya harga barang, harga barang lain, tingkat pendapatan, dan selera

5) Distribusi pendapatan

Distribusi pendapatan adalah konsep yang lebih luas dibandingkan kemiskinan karena cakupannya tidak hanya menganalisa populasi yang berada dibawah garis kemiskinan. Contohnya; pembagian atau distribusi pendapatan secara wajar dan individu atau rumah tangga (*personoel distribution of income*)

6) Uang, adalah segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat tukar.

Contohnya; tabungan dan pembelanjaan

Berdasarkan kajian teori yang telah dikemukakan diatas yang dimaksud dengan literasi ekonomi adalah kemampuan menggunakan konsep ekonomi dengan berfikir kritis dalam membuat keputusan terkait persoalan ekonomi yang dihadapi di masa sekarang maupun masa yang akan datang dengan memanfaatkan sumber daya yang terbatas. Adanya literasi ekonomi dapat membuat individu menjadi cerdas dalam pemanfaatan sumberdaya untuk memenuhi kebutuhan dalam aktivitas ekonomi. Indikator yang digunakan untuk mengukur literasi ekonomi ada enam aspek dari dimensi dan hasil pembelajaran ekonomi yaitu 1) masalah pokok ekonomi, 2) kegiatan ekonomi pelaku ekonomi, 3) prinsip ekonomi, 4) penawaran dan permintaan, 5) distribusi pendapatan, dan 6) uang.

2.2.4 Penggunaan Media Sosial

Media sosial atau *social media* atau yang dikenal dengan jejaring sosial merupakan bagian dari media baru. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010:61) dalam Miranda (2017:2) media sosial merupakan bagian dari internet, yaitu sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi web 2.0 dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. Web 2.0 menjadi *platform* dasar media sosial. Jejaring sosial dan blog merupakan media yang banyak digunakan oleh masyarakat. Nursalam dan Arifin (2016:2) jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Sedangkan menurut Ioanas dan Stoica (2014:295) salah satu media sosial yang populer di kalangan konsumen antara lain, blog, youtube, myspace, facebook, myspace, instagram, dan twitter.

Penggunaan media sosial bagi konsumen terkadang tidak hanya mengkonsumsi barang yang dicantumkan dalam media sosial semata, tetapi terkadang penggunaan media sosial juga mengkonsumsi citra tubuh, *style*, kecantikan, dan gaya dari iklan yang ditampilkan dari media sosial tersebut. Menurut Agatari (2014:93) perilaku konsumtif yang dilakukan pengguna media sosial di Indonesia antara satu dengan yang lain berbeda, ada yang berperilaku konsumtif dengan membeli barang yang berlebihan, nongkrong di tempat-tempat mewah atau mahal, serta rela melakukan perawatan tubuh ekstra mahal demi sebuah penampilan yang berbeda dan menawan atau berbelanja online karena terbuju iklan yang menarik. Hadirnya media sosial tidak hanya digunakan

sebagai media komunikasi semata, tetapi juga digunakan para produsen barang atau jasa untuk mempromosikan barang dagangannya melalui situs-situs media sosial.

2.2.4.1 Jenis-Jenis Media Sosial

Menurut Kaplan dan Haenlein (2010:4) ada enam jenis media sosial sebagai berikut:

a. Proyek Kolaborasi (*Projects collaborative*)

Website mengizinkan penggunanya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun meremove konten-konten yang ada di website ini seperti website.

b. *Blog dan microblog*

Penggunanya lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog ini seperti bercerita ataupun mengkritik kebijakan pemerintah seperti twitter, blogspot, tumblr, path, dan lain-lain.

c. Konten (*Content communities*)

Para pengguna dari website ini saling mengeshare konten – konten media, baik seperti video, ebook, gambar dan lain-lain seperti youtube.

d. Situs jejaring sosial (*Social networking sites*)

Aplikasi yang mengizinkan penggunanya untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi, sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi itu bisa seperti foto-foto seperti facebook, path, instagram dan lain-lain.

e. *Virtual game world*

Dunia virtual dimana mereplikasikan lingkungan 3D, dimana user bisa muncul dalam bentuk avatar-avatars yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata seperti game online.

f. *Virtual social world*

Dunia virtual memberikan pengalaman seolah-olah penggunanya merasa hidup di dunia virtual, sama seperti virtual game world.

Berdasarkan paparan di atas jenis media sosial terdapat enam jenis yaitu proyek kolaborasi, blog dan microblog, konten, situs jejaring sosial, *virtual game world*, dan *virtual social world*.

2.2.4.2 Manfaat Penggunaan Media Sosial

Media sosial mampu berkembang dan bersaing dengan berbagai komunikasi lainnya, bahkan memberi manfaat yang amat penting bagi berbagai kalangan. Beberapa manfaat media sosial menurut Puntoadi (2011:27) dalam Hidayatun (2015:31) sebagai berikut:

- a. *Personal branding is not only figure, it's for everyone.* Berbagai media sosial seperti facebook, youtube, instagram atau twitter dapat menjadi media untuk orang berkomunikasi, berdiskusi, bahkan mendapatkan popularitas di media sosial. Keunggulan membangun personal branding melalui media sosial adalah tidak mengenal trik atau popularitas semua, karena audiennya yang akan menentukan.
- b. *Fantastic marketing result through social media. People don't watch TV's anymore, they watch their mobile phone.* Fenomena dimana cara hidup

masyarakat saat ini cenderung lebih memanfaatkan telepon genggam yang terkenal dengan sebutan smartphone atau telepon pintar. Dengan smartphone, orang dapat melihat berbagai informasi.

- c. Media sosial memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan bentuk komunikasi yang lebih individual, personal dan dua arah. Melalui media sosial para pemasar dapat mengetahui kebiasaan konsumen mereka dan melakukan interaksi secara personal, serta membangun keterikatan yang lebih dalam.
- d. Media sosial memiliki sifat viral. Viral berarti memiliki sifat seperti virus yaitu menyebar dengan cepat. Informasi yang muncul dari suatu produk dapat tersebar dengan cepat karena para penghuni sosial media memiliki karakter berbagi.

2.2.4.5 Indikator Penggunaan Media Sosial

Ada beberapa indikator penggunaan social menurut Del Bario dalam Hidayatun (2015:35-36):

1. Perhatian

Perhatian merupakan ketertarikan individu terhadap aktivitas yang sesuai dengan minatnya dan akan jauh lebih kuat dan intensif dibandingkan dengan aktivitas lain yang tidak menimbulkan minat tertentu. Seseorang memiliki perhatian khusus padasaat mengakses media sosial yang mereka gemari, sehingga orang tersebut dapat menikmati aktivitas saat mengakses.

Contohnya; ketertarikan, kosentrasi dan menikmati

2. Penghayatan

Penghayatan yaitu pemahaman dan penyerapan terhadap informasi adanya usaha individu untuk memahami, menikmati, menghayati dan menyimpan sajian informasi maupun pengalaman yang didapat sebagai pengetahuan individu. Individu suka meniru, mempraktikkan bahkan terpengaruh hal atau informasi yang terdapat di media sosial dalam kehidupan nyata.

Contohnya; meniru, mempraktekan dan mempengaruhi

3. Durasi

Durasi yaitu lamanya selang waktu, rentang waktu atau lamanya sesuatu yang berlangsung. Seringkali ketika menggunakan media sosial seseorang menjadi tidak sadar waktu karena terlalu menikmati dalam menggunakannya.

Contonya; skala waktu pemakaian dan batasan penggunaan

4. Frekuensi

Frekuensi yaitu banyaknya pengulangan perilaku atau perilaku yang dilakukan berulang-ulang baik disengaja maupun tidak disengaja. Frekuensi menunjuk pada sesuatu yang dapat diukur dengan hitungan atau dengan waktu.

Contohnya; pemakaian kembali dan banyaknya mengakses internet

Berdasarkan kajian teori yang telah dikemukakan diatas yang dimaksud dengan penggunaan media sosial adalah sebuah media berbasis internet yang digunakan seseorang untuk berinteraksi dan mencari informasi secara online tanpa dibatasi ruang dan waktu. Keberadaan media sosial menjadi fenomena yang mengglobal, sehingga manusia tidak bisa dipisahkan dari media sosial tersebut.

Peneliti akan menggunakan empat aspek dari indikator penggunaan media sosial diatas untuk mengukur penggunaan media sosial pada siswa yaitu (1) perhatian, (2) penghayatan, (3) durasi, dan (4) frekuensi yang berkaitan dengan kondisi siswa dalam menggunakan media sosial.

2.2.4 Kerangka Berfikir

Perilaku konsumsi merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi dan proses yang dilakukan untuk memilih, mengamankan, menggunakan dan menghentikan produk, jasa, pengalaman atau ide untuk memuaskan kebutuhannya dan dampaknya terhadap konsumen dan masyarakat pada umumnya. Jadi perilaku konsumen itu baik jika dalam melakukan pembelian menggunakan rasional. Banyak factor yang mempengaruhi perilaku konsumtif siswa SMA, dalam kajian ini perilaku konsumtif siswa SMA ditentukan oleh peer group, literasi ekonomi dan penggunaan media sosial oleh siswa tersebut.

2.2.4.1 Pengaruh *Peer Group* terhadap Perilaku Konsumtif

Peer group menjadi faktor yang diduga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa. *Peer group* adalah sekelompok orang yang usia dan statusnya sama yang saling berinteraksi dan memberikan peranan penting terhadap kehidupan sosial dan perkembangan kepribadiannya. Remaja sering dihadapkan pada penerimaan atau penolakan *peer group* di dalam pergaulan. Untuk menghindari penolakan *peer group*, maka remaja cenderung mengikuti hal-hal yang sama agar diterima dengan kelompok sebayanya, dengan cara mengikuti

pola hidup konsumtif dari teman sebayanya (*peer group*). Apabila salah satu teman membeli produk atau barang tertentu teman yang lain juga ikut-ikutan membeli agar diterima di dalam lingkungannya.

Kelompok teman sebaya ataupun *peer group* merupakan lingkungan sosial, tempat berinteraksi yang secara langsung atau tidak langsung akan mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Teori perilaku konsumen menyatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi sikap konsumen yaitu kelompok teman sebaya. *Peer group* termasuk ke dalam kekuatan sosial budaya bahwa ada dua kekuatan dari faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. *Peer group* termasuk ke dalam faktor kelompok anutan, karena kelompok anutan didefinisikan sebagai suatu kelompok yang mempengaruhi sikap, pendapat, norma, dan perilaku konsumen. Pendapat Yusuf (2009) menyatakan bahwa kelompok teman sebaya sebagai lingkungan sosial remaja (mahasiswa) mempunyai peranan penting bagi perkembangan kepribadiannya. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *Peer group* mempunyai kontribusi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji *t*/parsial yang diperoleh dari tingkat probabilitas sebesar 0,000 jauh dibawah 0,05 yang berarti ada pengaruh kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang (Studi pada Produk *Fashion*).

Peer group yang didasari konformitas juga diduga mampu memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sebagian besar waktu siswa setiap harinya dihabiskan bersama dengan lingkungan teman sebayanya. Mereka saling berinteraksi dan saling memberikan saran dalam berperilaku, berpenampilan,

bahkan dalam hal keputusan pembelian. Mereka akan bertanya kepada teman sebayanya dalam mengambil keputusan dalam membeli suatu barang dan mereka akan cenderung meniru gaya hidup teman sebayanya. *Peer group* yang suka berbelanja maka akan mempengaruhi temannya ke arah yang negatif seperti suka berbelanja. *Peer group* yang tidak hedonis maka akan mempengaruhi temannya untuk berperilaku lebih hemat. Remaja sering meniru temannya agar terlihat sama atau kompak, sehingga dalam penelitian ini variabel *Peer group* didasarkan pada aspek konformitas. *Peer group* dapat mempengaruhi remaja atau siswa dalam berperilaku konsumtif. Semakin baik *peer group* maka perilaku konsumtif semakin meningkat dan semakin rendah kelompok teman sebaya maka perilaku konsumtif semakin menurun dalam kaitannya dengan perilaku konsumtif.

2.2.4.2 Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif

Seseorang yang memiliki literasi ekonomi tinggi atau baik memiliki kecenderungan untuk membuat perencanaan keuangan jangka panjang yang lebih jelas dan spesifik sehingga akan berpengaruh pada kesejahteraan mereka di masa depan. Perencanaan yang dibuat sesuai kebutuhan yang rasional serta melihat atau berdasar pada kemampuan orang tua dalam memberikan uang saku. Literasi ekonomi adalah pengetahuan siswa tentang kemampuannya dalam mengelola keuangan secara pribadi untuk dapat memenuhi kebutuhan. Literasi ekonomi sebagai salah satu faktor yang diduga memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif merupakan wujud dari hasil pembelajaran dan proses masuknya

informasi mengenai pengetahuan keuangan yang diperoleh siswa SMA khususnya jurusan IPS yang mendapat pelajaran ekonomi.

Siswa jurusan IPS mendapat materi pembelajaran ekonomi yang cukup banyak. Dalam pembelajaran ekonomi siswa mempelajari tentang bagaimana cara manusia memanfaatkan sumber daya secara efektif dan efisien untuk memenuhi kebutuhan dan kesejahteraan hidupnya dengan sumber daya yang terbatas. Mata pelajaran ekonomi memiliki peran penting dalam membentuk sikap rasional, terutama pada pengambilan keputusan ekonomi. Siswa yang mampu berpikir dan bersikap rasional dan kritis dalam melakukan kegiatan ekonomi maka siswa tersebut memiliki literasi ekonomi yang baik. Siswa sudah mendapatkan bekal pengetahuan tentang keuangan, maka seharusnya mahasiswa dapat mengolah keuangannya sendiri. Siswa yang sudah bisa mengelola keuangannya dengan baik maka mereka tidak akan membeli barang yang tidak dibutuhkan, mereka akan membuat skala prioritas jika ingin membeli suatu barang. Mahasiswa yang memahami literasi keuangan dengan baik maka mereka akan membuat anggaran belanja dan akan mencatat semua pengeluarannya setiap waktu.

Pada dasarnya, literasi ekonomi atau pengetahuan tentang ekonomi dikaitkan dengan pengalaman belajar disekolah, pengalaman pribadi, kepribadian, sikap serta perilaku. Apabila seorang siswa memiliki literasi ekonomi yang baik maka perilaku konsumtif akan rendah, sebaliknya apabila literasi ekonomi rendah maka perilaku konsumtif akan tinggi. Tinggi rendahnya tingkat pemahaman terhadap dasar-dasar ekonomi berarti juga menunjukkan tinggi rendahnya literasi ekonomi. Apabila literasi ekonomi semakin baik maka perilaku konsumtif

sesorang dapat terkendali atau menurun. Artinya apabila terdapat kenaikan pada literasi ekonomi maka akan menurunkan tingkat perilaku konsumtif, sebaliknya apabila terjadi penurunan tingkat literasi ekonomi maka akan menaikkan tingkat perilaku konsumtif. Sehingga hubungan literasi ekonomi dengan perilaku konsumtif adalah negatif.

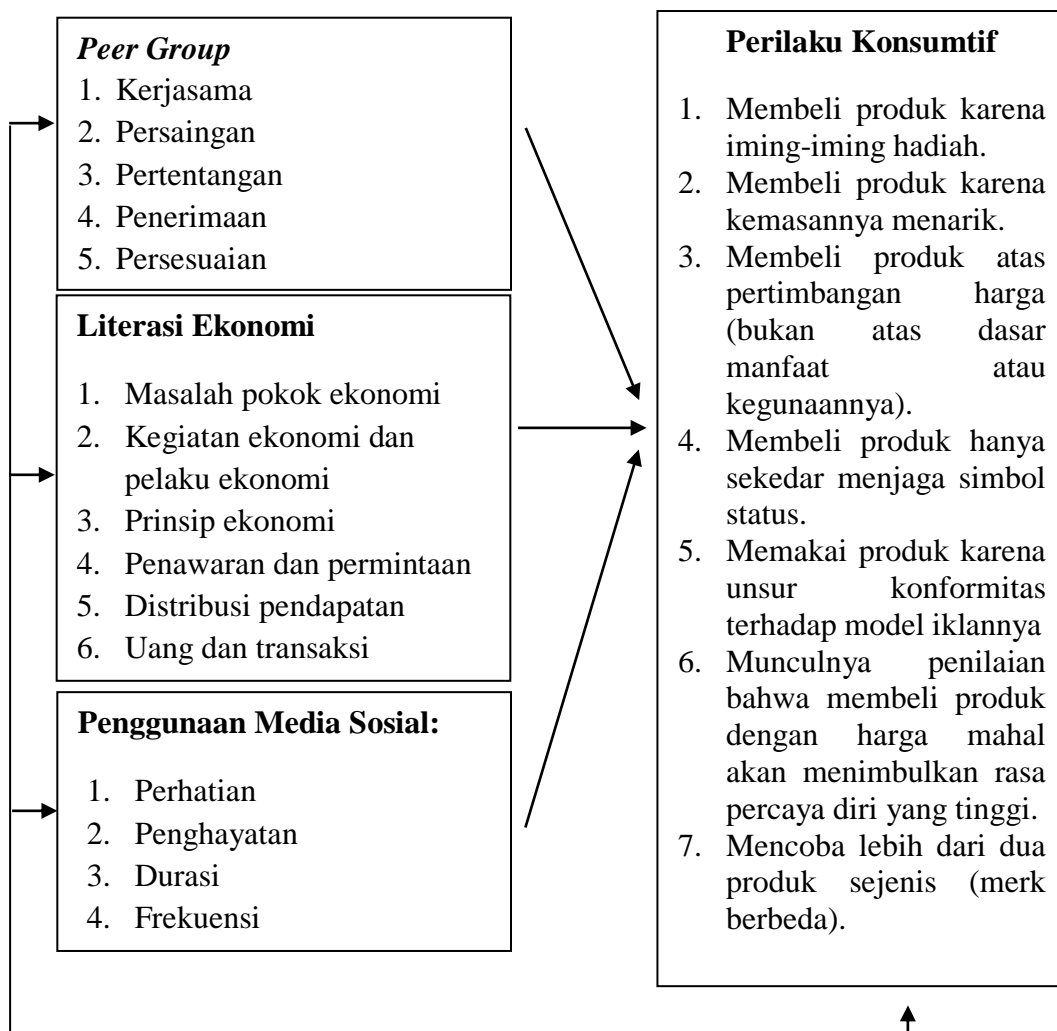
2.2.4.3 Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif

Penggunaan media sosial menjadi faktor yang diduga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa. Di era globalisasi, teknologi informasi berperan sangat penting, khususnya media sosial. Melalui media sosial, segala informasi dapat diakses secara mudah, seperti dapat melihat informasi atas produk atau barang. Maraknya penggunaan media sosial mempengaruhi siswa dalam berperilaku konsumtif karena siswa sering mengakses media sosial dan kemungkinan besar mereka sering melihat *trend* atau model-model melalui media sosial.

Penggunaan media sosial mempengaruhi siswa dalam berperilaku konsumtif karena siswa sering mengakses internet dan kemungkinan besar mereka sering menggunakan uang saku mereka untuk berbelanja secara *online*, karena mereka dapat melihat kualitas barang yang akan mereka beli melalui gambar atau *video* yang telah diunggah oleh penjual melalui instagram, facebook, whatsapp, twitter dan lain-lain. Hal ini dapat menjadi masalah jika siswa menjadi boros karena membeli barang-barang yang sebenarnya tidak benar-benar mereka perlukan dan hanya untuk meningkatkan gaya hidup. Penggunaan media sosial berperan dalam membentuk pola konsumsi, sehingga dapat mempengaruhi pola

konsumtif siswa. Dalam penelitian Kadeni dan Srijani (2018:68) menunjukkan bahwa penggunaan media social berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Setiap individu harus menyadari bahwa apa yang mereka ketahui di media social belum tentu baik untuk perkembangan perilakunya. Media sosial yang terus berkembang mampu mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang dalam memenuhi semua kebutuhannya. Dengan demikian, apabila penggunaan media social semakin tinggi maka perilaku konsumtif seseorang akan semakin tinggi.

Berdasarkan penelitian terdahulu dan kerangka teoritis, maka kerangka berpikir penelitian secara ringkas dan jelas dapat digambarkan pada gambar 2.1 sebagai berikut.



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian Hubungan antar Variabel

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka berfikir yang diuraikan di atas maka dapat diajukan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : Ada pengaruh *peer group*, literasi ekonomi dan penggunaan media sosial secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif siswa Jurusan IPS di SMA Negeri Kabupaten Brebes
- H2 : Ada pengaruh *peer group* terhadap perilaku konsumtif siswa Jurusan IPS di SMA Negeri Kabupaten Brebes

H3 : Ada pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa Jurusan IPS di SMA Negeri Kabupaten Brebes

H4 : Ada pengaruh penggunaan media social terhadap perilaku konsumtif siswa Jurusan IPS di SMA Negeri Kabupaten Brebes

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh peer group terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Kabupaten Brebes adalah positif, literasi ekonomi berpengaruh negative dan penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif siswa. Pengaruh peer group terhadap perilaku konsumtif siswa bertanda positif hal ini dapat dimaknai jika peer group semakin baik maka perilaku konsumtif siswa meningkat dan sebaliknya. Sedangkan literasi ekonomi berpengaruh negative terhadap perilaku konsumtif siswa hal ini dapat dimaknai jika penguasaan literasi ekonomi semakin baik atau tinggi maka perilaku konsumtif akan menurun dan sebaliknya. Selanjutnya penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif siswa, hal ini dapat diartikan bahwa penggunaan media sosial semakin baik maka perilaku konsumtif siswa meningkat dan sebaliknya.
2. Terdapat pengaruh peer group terhadap perilaku konsumtif pada siswa SMA Negeri kabupaten Brebes. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji t (parsial) yang diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan mempunyai nilai t hitung 7,738.
3. Terdapat pengaruh negative literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa jurusan IPS di SMA Negeri Kabupaten Brebes. Hal ini dapat dilihat

dari hasil uji parsial (uji t) variabel literasi ekonomi mempunyai nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai t hitung sebesar -5,613.

4. Terdapat pengaruh positif secara parsial penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif siswa jurusan IPS di SMA Negeri kabupaten Brebes. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji parsial (uji t) variabel penggunaan media sosial mempunyai nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, saran yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Siswa

Peer group memiliki pengaruh yang dominan, oleh karena itu siswa diharapkan dapat memilih kelompok pergaulan *peer group* dengan baik dalam melakukan kegiatan belajar yang lebih bermanfaat demi masa depan.

2. Bagi Guru Ekonomi

Pada penelitian ini menunjukkan bahwa literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Oleh karena itu, guru ekonomi harus menanamkan tentang literasi ekonomi. Sehingga diharapkan siswa tidak hanya menguasai secara materi, namun dapat menerapkannya dalam kehidupan sehari – hari.

3. Bagi Sekolah

Penggunaan media sosial yang memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif siswa. Perlunya kerjasama antara guru dan orang tua dalam memperhatikan siswa dalam penggunaan media sosial agar siswa

menggunakan media sosial dengan bijak dan sesuai dengan kebutuhannya.

Lebih baik media sosial digunakan untuk hal-hal yang positif dalam belajar.

4. Penelitian ini diharapkan dapat membuat pembaharuan dengan memperluas ruang lingkup penelitian seperti faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada siswa seperti persepsi, motivasi, kebudayaan, kondisi ekonomi orang tua, dan kontrol diri. Selain itu, memperluas obyek dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmeti, Faruk B. 2015. “*Factors Affecting Marketing Strategies: Pricing, Channel Structure And Advertising Strategies*”. *International Journal of Economics, Commerce and Management*. ISSN 2348 0386. United Kingdom: FAMA College Kosovo
- Agatari, Olivia Saputri. 2014. *Konsumerisme Pengguna Media Sosial di Indonesia Ditinjau dari Konsep Hasrat Gilles Deleuze*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada
- Agusty Ferdinand. 2012. *Metode Penelitian Manajemen*. Badan. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Ajzen. 1991. “*The Theory of Planned Behavior.*” *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50: 179-211.
- Amaliya, Luthfatul., Setiaji, Khasan. 2017. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya Dan Status Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Semarang). *Economic Education Analysis Journal* (3) (2017). Universitas Negeri Semarang
- Andreas, Kaplan M., Haenlein Michael 2010. "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media". *Business Horizons* 53
- Anggraeni Elly, Setiaji Khasan. 2018. Pengaruh Media Sosial Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. EEAJ. Semarang. UNNES
- Ardyanti Novica, Kardoyo. 2018. “Determinants of consumption behavior among students”. *Dinamika pendidikan*. P-ISSN 1907-3720
- Engel. James.F.Roger. D.Black Well And Paul.W.Miniard. 1995. “*Perilaku Konsumen*”. Jakarta.Bina Rupa Aksara.Hal. 3.
- Anwar Prabu Mangkunegara. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya
- Aprilia, Dewi & Hartoyo. 2014. “Analisis Sosiologi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Studi Pada Mahasiswa FISIP Universitas Lampung”. *Jurnal UNILA*. Vol. 15, No. 1

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Baek, Eunsoo. 2015. *Effects of peer consumption on hedonic purchase decisions*. *Research gate*. Doi:102224/sbp201543.7.1085
- Bawono, Adhi. 2018. Pengaruh persepsi harga, Brand Image dan promosi terhadap keputusan pembelian online pada situs belanja online. *Jurnal pengabdian dan kewirausahaan* vol. 2 No. 2 131-144.2018. P- ISSN: 2581-2718
- C. Mowen, John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Daniel Iman K, Zainul Arifin, M. Kholid Mawardi. 2015. Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Kesadaran Konsumen Pada Produk Internasional. <http://download.portalgaruda.org/article.php>.
- Dewi, Nurita, Rusdarti, dan St. Sunarto. 2017. Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education, Volume 6 No. 1. Hal 29-35*. Semarang: Universitas Negeri Semarang
- Drifanda, Valdyan. 2018. Pengaruh Literasi Ekonomi dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang. *EQUILIBRIA PENDIDIKAN. Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi* Vol. 3 No. 1 Semarang: Universitas PGRI Semarang
- Effendy, Onong Uchjana. 2016. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung PT. Citra Aditya Bakti
- Efendi Riyanto. 2019. *The Mediation of Economic Literacy on the Effect of Self Control on Impulsive Buying Behaviour Moderated by Peers*. *IJEFI*. ISSN: 2146-4138
- Enrico Aldo. 2014. *The Factors that Influenced Consumptive Behavior: A Survey of University Students in Jakarta*. *International Journal of Scientific and Research Publications*, Volume 4, Issue 1, January 2014. ISSN 2250-3153
- Gillani Fatima. 2012. *Impact of Peer Pressure and Store Atmosphere on Purchase Intention: An Empirical Study on the Youngsters in Pakistan*. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. Vol. 2, No. 7. ISSN: 2222-6990
- Ghozali, Imam. 2013. *Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Edisi Kedua. Universitas Diponegoro: Semarang

- Gulati, Shruti. 2017. *Impact of peer pressure on buying behavior*. Jurnal granthaalayah. Vol. 5 P- ISSN-2394-3629
- Gupta Nirupma. 2015. *Peer Influence on Service Purchase Decisions by Young Adults*. Research gate. 292140147
- Hamalik, Oemar. 2011. *Kurikulum dan Pembelajaran*. Jakarta: Bumi Aksara
- Hariyono, Pulyadi. (2015). Hubungan Gaya Hidup Dan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 5 Samarinda. *e-journal Psikologi*. 3(2): 569-578.
- Hidayah et al. 2015. *Penerapan Model Treynor untuk Menentukan Pilihan Investasi Saham yang Efisien*. Jurnal Administrasi Bisnis, vol. 22, no. 1. pp 1-8.
- Hidayah Nailatul, Ari Bowo Prasetyo. 2018 Pengaruh Uang Saku, Locus Of Control, Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif. *EEAJ*. Semarang.UNNES
- Hidayatun. (2015). *Pengaruh intensitas penggunaan media sosial dan dukungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta*.
- Imawati, Indah, Susilaningih dan Elvia Ivada. (2013). *Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013*. Jurnal Pendidikan UNS. 2(1): 48-58.
- Ioanas, E. & Stoica, I. 2014. "Social Media and its Impact on Consumers Behavior". *International Journal of Economic Practices and Theories*, Vol. 4, No. 2, 2014.
- Kadeni. 2018. Pengaruh media sosial dan teman sebaya terhadap Perilaku konsumtif mahasiswa. *Equilibrium*, Volume 6, Nomor 1, Januari 2018
- Kanserina, Dias. 2015. Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA 2015. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Volume 5 No. 1. Singaraja: Universitas Pendidikan Ganesha
- Khairunnisa. 2014. Dampak Aplikasi Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Dalam Berbelanja Online di Kalangan Siswa-Siswi SMA Negeri 2

- Tenggarong. *eJournal Ilmu Komunikasi*, Volume 2 No. 4. Hal 220-230
Tenggarong: Universitas Mulawarman.
- Khotimah Husnul, Khafid Muhammad, Pujiati, Amin. 2016. *Sikap konsumen dan gaya hidup mahasiswa dalam Keputusan pembelian produk fashion melalui minat beli. EEAJ*. Semarang. UNNES
- Kowalska, Magdalena. 2012. The internet impact on market behavior of young consumers. *Journal of International Studies*, Vol. 5, No 1, 2012, pp. 101-106
- Kusniawati, mu'arifah dan kurniawan, Yonisa Riza. 2016. Pengaruh status sosial, ekonomi *Orang tua dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IPS di SMA Negeri 2 tuban*. JUPE volume 4 no 3 edisi Yudisium. Surabaya. Universitas Negeri Surabaya
- Luo, Qiuxue And James, Paul Tj, *Influences On The Buying Behavior Of Purchasing Commercial Housing In Nanning City Of Guangxi Province, China, Journal Of Management And Marketing Research*12
- Luthje, Christian dan Franke. 2003. "The „making" of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT". *R&D Management* 33 (2).
- Mankiw N, Gregory, dkk. 2012, *Pengantar Ekonomi Makro*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mawo Theodorus, Thomas Partono, Sunarto St. 2017. Pengaruh Literasi Keuangan, Konsep Diri dan Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 1 Kota Bajawa. *EEAJ*. Semarang. UNNES
- Miranda, Sofia. 2017. Pengaruh instagram sebagai media online shopping fashion terhadap perilaku konsumtif mahasiswi fakultas ilmu sosial dan politik universitas Riau. *JOM FISIP* Vol.4 No. 1. Pekanbaru. Universitas Riau
- Murniatiningsih, Endah. 2017. "Pengaruh Literasi Ekonomi Siswa, Hasil Belajar Ekonomi Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa SMP Negeri Di Surabaya Barat." *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan* Vol. 5 No. 1 Hal 127-157. (<http://journal.unesa.ac.id/index.php/jepk>).
- Murwanti, Dwi. 2017. Pengaruh Konsep diri, Teman Sebaya, Dan Budaya Kontemporer terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMP Negeri 41 Surabaya, *Jurnal: Ekonomi Pendidikan dan kewirausahaan*, Vol.5, No. 1.

- Norgaard Kumpel Maria.2013. “*Peer influence on adolescentsnacking*”. Emerald. Vol 3 No. 2 DOI 10.1108/JSOCM-06-2012-0028
- 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”. Program studi pendidikan ekonomi. Yogyakarta: UNY
- Nurachma. Arief Sandy. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif pada siswa kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang tahun Ajaran 2015/2016. EEAJ. Semarang. UNNES
- Nursalam dan Arifin Jamaluddin. 2016. Kontruksi Sosial Media Komunikasi Instagram Terhadap pola pikir perilaku Mahasiswa Pendidikan Sosiologi. *Jurnal Equilibrium*. Volume IV No. 2 November 2016. ISSN: e-2477-0221p-2339-2401: Universitas Muhammadiyah Makassar
- Permendikbud Republik Indonesia Nomor 69 (2013). *Tentang Kerangka Dasar dan Struktur Kurikulum Sekolah Menengah Atas/Madrasah Aliyah*.
- Prabaningrum Dyah, Khasanah Sofia Nur, Tyaskyesti Swarinda. 2019. Prinsip Secukupnya Mengendalikan Perilaku Konsumtif Kajian Psikologi Sastra Pada Novel Keluarga Cemara 1 JSI. Semarang. UNNES
- Pratiwi, anita. 2015. *Perilaku Konsumtif Pada Kalangan Pramuniaga Di Matahari Department Store Kudus*. Semarang: UNNES
- Putri Sheila Febriani, Widodo Joko, Martono S. 2016. *Pengaruh literasi keuangan melalui rasionalitas Terhadap perilaku konsumtif (Studi Kasus Siswa Kelas XI Ilmu Sosial SMA Negeri se-Kota Semarang)*. EEAJ. Semarang. UNNES
- Rajagopal. 2010. *Consumer Culture and Purchase Intentions Towards Fashion Apparel*. Egade Business School, (March): 1-12
- Risnawati, Sri & Cipto. 2018. *Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga, Gaya Hidup, Modernitas Individu, dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Siswa*. Karya Ilmiah (Skripsi), diakses pada 30 Mei 2018, dari <http://journal.um.ac.id/index.php/jptpp/article/view/10732/5231>
- Rohmah, Miftahur. 2018. *Pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen pada situs jual beli online elevenia*. JOM FISIP Vol. 5. Pekanbaru: Universitas Riau

- Rosyidi, Suherman. 2006. *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro* (Edisi Revisi). PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Safitri Nur Ayuningtias, Sukirman. 2018. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Financial Behavior. EEAJ. Semarang. UNNES
- Santosa, Slamet. 2006. *Dinamika Kelompok*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sari, novina, Nuzulia. 2014. *Nilai konsumsi pada Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Semarang*. jurnal psikologi. Semarang. UNNES
- Sari, Tiurma Yustisi. 2009. *Hubungan antara Perilaku Konsumtif dengan Body Image pada Remaja Putri*. Skripsi. Sumatera Utara: Fakultas Psikologi Sumatera Utara.
- Schiffman, G Leon ., Kanuk, Lesie Lazar and Wisenblit, joseph. 2008. *Perilaku Konsumen. Edisi Ketujuh*. Prentice Hall
- Setiadi. 2008. *Konsep Dan Proses Keperawatan Keluarga*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Setiadi, Nugroho, SE., MM.. 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Sipunga, Puspita Nilawati, Muhammad , Amri Hana 2014. *Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja Di Tinjau Dari Pendapatan Orang Tua Pada Siswa-Siswi Sma Kesatrian 2 Semarang*. fakultas Ilmu Pendidikan. Semarang. UNNES
- Sheng, Shubin. 2007. "The effects of price discount and product complementarity On consumer evaluations of bundle components". *Journal of Marketing Theory and Practice*, vol. 15, no. 1. ISSN 1069-6679. Virginia: Universitas Virginia Tech
- Solihat, Nur Ai dan Arnasik, Syamsudin. 2018. "Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi". *Oikos : Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, ISSN Online : 2549-2284
- Srijani, Ninik & Kadeni. 2018. *Pengaruh Media Sosial dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif*. Diakses melalui situs <http://e-journal.unipma.ac.id>.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : ALFABETA

- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Bisnis. Cetakan kedua belas*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sudjana. 2001. *Metode & Teknik Pembelajaran Partisipatif*. Bandung : Falah Production.
- Sukari, Mudjjiono dan Endah Susilantini. 2013. *Perilaku Konsumtif SMA di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Yogyakarta: Balai Pelestarian Nilai Budaya.
- Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk mengenali Konsumen)*. PT Buku Seru. Jakarta
- Suprayitno, Agung. 2015. “Pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan Psikologi konsumen terhadap keputusan Pembelian pada restoran gado-gado boplo (Studi Kasus: Restoran Gado-Gado Boplo Panglima Polim Jakarta Selatan) *Jurnal Agribisnis*”. Vol. 9, No. 2. ISSN : 1979-0058
- Supriyono. 2015. *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Individu dan Psikologis terhadap Keputusan Konsumen Membeli di Indomaret*. Jurnal Kelola, Vol.2, No. 3.
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- 2013. *Perilaku Konsumen Di Era Internet, Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Susilowati, Tri. 2014. *Hubungan Dukungan sosial teman sebaya (peer group) dengan minat mahasiswa mengikuti program profesi ners di STIKES Aisyiyah Surakarta*. GASTER Vol. XI No. 2. Surakarta. STIKES Aisyiyah Surakarta
- Tambunan, Raymond. 2001. *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. <https://edoc.site/remaja-dan-perilaku-konsumtif-pdf-free.html>.
- Tirtarahardja, Umar & La Sulo. 2005. *Pengantar Pendidikan*. PT Rineka Cipta. Jakarta.

- Tome Gina. 2012. *How can peer group Influence the behavior of adolescents explanatory model. Global journal of health scienc.* Vol 4, No. 2 doi: 1.5539/gjhs.v4n2p26
- Triwidisari Asri, Nurkhin Ahmad, Muhsin. 2017. *The Relationships Between Instagram Social Media Usage, Hedonic Shopping Motives and Financial Literacy on Impulse Buying.* EEAJ. Semarang. UNNES
- Undang-Undang No. 20 tahun 2003 *Tentang Sistem Pendidikan Nasional.* Jakarta
- Victor Novan Stevanus. 2018. *Faktor Lingkungan Usaha dan Strategis bersaing terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Usaha,* Jurnal Ekonomi, Vol.15, No.1.
- Wahyudi. 2013. “*Tinjauan tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza*”. *Jurnal Psikologi*, 26-36.
- Watung Sjeddie Rianne. 2018. *The Influence Of Financial Literacy, Social Environment Factors And Cultural Factors To Consumption Behaviour (Survey on Faculty of Economics Students, Manado State University-Indonesia).* IJSRM. Volume 06 Issue 05 Pages EM-2018-386-394 2018
- Wijayanti Dewanti Citra, Muhsin , Rozi Fahrur. 2017. *Pengaruh Lingkungan Belajar, Interaksi Teman Sebaya Dan Iklim Kelas Terhadap Kesiapan Belajar Siswa.* EEAJ. Semarang. UNNES
- Wulandari, R. 2012. *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Minat Berwirausaha Program Studi Pendidikan Ekonomi.* Pontianak : Universitas Tanjungpura
- Yusuf, S. 2009. *Program Bimbingan dan Konseling di Sekolah.* Bandung: Rizqi Press.

**Peer Group (
X1)**

No.	Kerjasama			Persaingan			Pertentangan			Penerimaan			Persesuaian		Perpaduan			Jml
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	15	16	17	18	
1	4	4	5	3	4	4	5	4	3	5	4	5	3	4	5	4	3	69
2	4	4	4	5	3	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	72
3	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	65
4	5	5	5	3	5	5	4	3	5	5	5	5	3	5	4	3	5	75
5	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	3	62
6	4	4	3	2	3	4	3	4	4	3	4	3	2	4	3	4	4	58
7	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	64
8	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	61
9	4	4	5	5	4	4	3	5	5	4	4	4	5	4	3	5	5	73
10	3	3	2	3	3	3	5	3	3	4	3	3	3	3	5	3	3	55
11	3	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	62
12	4	3	2	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	59
13	4	4	3	3	4	5	4	4	3	4	4	4	3	5	4	4	3	65
14	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	5	68
15	5	4	3	3	2	5	3	4	3	3	4	4	3	5	3	4	3	61
16	4	4	3	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	64
17	4	3	2	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	70
18	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	61
19	5	5	4	4	2	5	2	5	3	4	4	3	4	5	2	5	3	65
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	67
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
22	4	5	3	4	2	5	5	5	4	2	5	5	4	5	5	5	4	72
23	3	3	4	3	3	4	3	4	4	5	4	3	3	4	3	4	4	61
24	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	73
25	4	4	4	3	3	5	5	4	4	4	5	4	3	5	5	4	4	70
26	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	62
27	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	62
28	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	67
29	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	62
30	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	2	4	3	4	4	5	4	64
31	4	3	2	1	2	4	5	4	3	3	3	4	1	4	5	4	3	55
32	5	5	4	4	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	3	5	5	76
33	4	5	5	5	5	5	3	5	5	3	4	3	5	5	3	5	5	75
34	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	71
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	69
36	4	5	5	3	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	72
37	4	4	3	3	4	5	3	5	5	1	5	5	3	5	3	5	5	68
38	4	4	3	3	4	4	5	5	4	2	5	5	3	4	5	5	4	69
39	4	4	3	3	2	4	4	3	3	5	5	4	3	4	4	3	3	61
40	4	4	5	3	4	4	2	3	3	4	4	4	3	4	2	3	3	59
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
42	4	5	3	4	2	5	5	5	4	2	5	5	4	5	5	5	4	72
43	5	5	4	3	2	4	4	5	5	1	4	4	3	4	4	5	5	67
44	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	66

45	4	5	5	3	3	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	5	4	68
46	4	4	4	3	2	5	3	5	5	5	5	4	3	5	3	5	5	70
47	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	64
48	3	3	2	2	2	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	3	56
49	3	4	3	5	4	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	75
50	5	5	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	77
51	3	3	4	3	4	4	5	5	4	4	5	4	3	4	5	5	4	69
52	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	78
53	3	4	2	3	3	4	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	71
54	5	4	2	2	3	4	4	4	4	3	3	4	2	4	4	4	4	60
55	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	63
56	4	4	4	4	4	5	3	5	5	4	5	4	4	5	3	5	5	73
57	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	62
58	4	4	2	2	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	3	59
59	3	3	3	4	3	4	4	3	3	5	4	3	4	4	4	3	3	60
60	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	68
61	5	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	5	3	4	4	5	4	71
62	4	4	3	3	3	5	4	5	4	3	4	4	3	5	4	5	4	67
63	4	4	3	3	3	5	4	5	4	3	4	4	3	5	4	5	4	67
64	3	4	4	3	4	1	5	5	5	5	2	2	3	1	5	5	5	62
65	4	3	2	3	2	4	4	5	4	3	4	5	3	4	4	5	4	63
66	4	4	3	3	4	4	5	5	2	3	4	3	3	4	5	5	2	63
67	4	3	2	3	3	5	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	63
68	5	5	5	5	5	5	1	5	5	4	5	5	5	5	1	5	5	76
69	4	4	4	3	3	5	2	5	2	5	5	4	3	5	2	5	2	63
70	4	4	3	4	3	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	71
71	5	4	5	3	5	5	3	4	4	4	5	5	3	5	3	4	4	71
72	4	5	4	3	3	4	5	5	4	4	5	4	3	4	5	5	4	71
73	4	4	3	2	3	4	3	4	4	3	3	4	2	4	3	4	4	58
74	4	5	5	4	4	5	3	5	5	4	5	4	4	5	3	5	5	75
75	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	68
76	4	4	5	4	4	5	3	5	4	5	5	5	4	5	3	5	4	74
77	4	5	5	3	4	4	3	5	5	4	4	4	3	4	3	5	5	70
78	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	63
79	4	5	5	4	4	5	2	5	5	1	5	5	4	5	2	5	5	71
80	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	68
81	5	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	70
82	4	4	5	2	4	4	2	4	3	5	4	4	2	4	2	4	3	60
83	4	4	5	2	4	4	2	4	3	5	4	4	2	4	2	4	3	60
84	4	4	4	3	5	5	5	4	4	5	5	4	3	5	5	4	4	73
85	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	64
86	3	3	3	3	3	5	4	5	5	5	4	3	3	5	4	5	5	68
87	4	5	3	4	3	5	3	5	4	2	4	4	4	5	3	5	4	67
88	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	62
89	3	5	3	3	3	5	3	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	64
90	3	4	5	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	70
91	3	4	3	3	3	4	3	5	4	4	4	3	3	4	3	5	4	62
92	3	5	5	2	2	5	2	5	4	4	4	3	2	5	2	5	4	62

93	5	5	4	5	4	5	2	5	4	4	5	5	5	5	2	5	4	74
94	5	4	5	3	3	5	5	4	4	4	5	4	3	5	5	4	4	72
95	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	74
96	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65
97	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
98	4	3	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	60
99	5	4	4	3	4	4	3	5	4	4	5	4	3	4	3	5	4	68
100	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	65
101	5	5	4	3	4	4	5	4	3	5	4	5	3	4	5	4	3	70
102	5	4	5	5	3	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	74
103	5	5	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	69
104	3	3	3	3	5	5	4	3	5	5	5	5	3	5	4	3	5	69
105	4	4	5	3	3	4	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	3	65
106	4	3	2	2	3	4	3	4	4	3	4	3	2	4	3	4	4	56
107	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	66
108	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	64
109	4	4	4	5	4	4	3	5	5	4	4	4	5	4	3	5	5	72
110	4	4	4	3	3	3	5	3	3	4	3	3	3	3	5	3	3	59
111	3	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	62
112	4	5	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	62
113	4	4	2	3	4	5	4	4	3	4	4	4	3	5	4	4	3	64
114	3	5	3	3	3	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	5	67
115	3	4	5	3	2	5	3	4	3	3	4	4	3	5	3	4	3	61
116	3	4	3	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	63
117	3	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	74
118	5	5	4	2	3	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	64
119	5	4	5	4	2	5	2	5	3	4	4	3	4	5	2	5	3	65
120	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	69
121	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65
122	4	4	5	4	2	5	5	5	4	2	5	5	4	5	5	5	4	73
123	4	3	2	3	3	4	3	4	4	5	4	3	3	4	3	4	4	60
124	5	4	4	1	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	75
125	4	4	4	3	3	5	5	4	4	4	5	4	3	5	5	4	4	70
126	5	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	66
127	5	4	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	66
128	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	69
129	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	61
130	4	4	5	3	3	4	4	5	4	4	2	4	3	4	4	5	4	66
131	4	3	2	1	2	4	5	4	3	3	3	4	1	4	5	4	3	55
132	5	4	4	4	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	3	5	5	75
133	4	4	4	5	5	5	3	5	5	3	4	3	5	5	3	5	5	73
134	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	72
135	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	69
136	3	3	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	67
137	4	5	3	3	4	5	3	5	5	1	5	5	3	5	3	5	5	69
138	4	4	2	3	4	4	5	5	4	2	5	5	3	4	5	5	4	68
139	3	5	3	3	2	4	4	3	3	5	5	4	3	4	4	3	3	61
140	3	4	5	3	4	4	2	3	3	4	4	4	3	4	2	3	3	58

141	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66
142	3	5	5	4	2	5	5	5	4	2	5	5	4	5	5	5	5	4	73
143	5	5	4	3	2	4	4	5	5	1	4	4	3	4	4	5	5	67	
144	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	68	
145	5	5	4	3	3	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	5	4	68	
146	3	3	3	3	2	5	3	5	5	5	5	4	3	5	3	5	5	67	
147	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	66	
148	4	3	2	2	2	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	3	57	
149	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	78	
150	4	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	76	
151	5	5	4	3	4	4	5	5	4	4	5	4	3	4	5	5	4	73	
152	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	78	
153	5	5	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	76	
154	3	3	3	2	3	4	4	4	4	3	3	4	2	4	4	4	4	58	
155	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	66	
156	4	3	2	4	4	5	3	5	5	4	5	4	4	5	3	5	5	70	
157	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	65	
158	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	3	61	
159	4	4	3	4	3	4	4	3	3	5	4	3	4	4	4	3	3	62	
160	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	70	
161	4	4	5	3	4	4	4	5	4	5	4	5	3	4	4	5	4	71	
162	5	4	5	3	3	5	4	5	4	3	4	4	3	5	4	5	4	70	
163	5	4	5	3	3	5	4	5	4	3	4	4	3	5	4	5	4	70	
164	1	5	5	3	4	1	5	5	5	5	2	2	3	1	5	5	5	62	
165	4	4	5	3	2	4	4	5	4	3	4	5	3	4	4	5	4	67	
166	4	5	5	3	4	4	5	5	2	3	4	3	3	4	5	5	2	66	

No.	Literasi Ekonomi (X2)																	Jml	
	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	31	32	33	34	35	36		37
1	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	5	5	5	3	4	3	68
2	3	3	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	3	77
3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	2	4	4	3	62
4	2	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	4	78
5	4	5	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	65
6	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73
7	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	70
8	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	65
9	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	75
10	3	1	1	1	4	4	4	4	3	5	3	3	4	4	4	4	4	4	60
11	4	3	3	3	4	3	3	2	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	62
12	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	66
13	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	5	5	73
14	5	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	2	2	68
15	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	4	71
16	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	5	3	5	3	3	3	69
17	4	2	3	2	4	5	5	2	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	64
18	1	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3	2	2	4	2	52
19	3	4	4	4	5	4	3	3	2	5	5	4	5	4	5	4	5	5	74
20	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	72
21	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	71
22	3	4	4	4	5	4	3	4	5	3	4	3	4	2	3	3	4	4	66
23	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	5	52
24	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	86
25	2	3	3	4	4	5	4	3	3	3	3	4	5	5	5	4	4	4	68
26	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
27	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	71
28	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	73
29	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	70
30	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	63
31	5	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	64
32	5	3	4	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	71
33	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	78
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	68
35	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	72
36	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	4	4	4	67
37	3	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	70
38	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	2	3	4	4	5	4	4	4	68
39	4	3	5	5	5	3	3	4	4	3	3	4	4	3	5	5	4	5	72
40	3	3	3	4	5	2	2	2	4	3	3	3	5	5	5	4	4	4	64
41	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	70

42	4	4	4	4	5	4	3	4	5	3	4	3	4	2	3	3	3	3	65
43	2	3	3	5	5	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	5	5	5	73
44	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	2	67
45	3	1	1	1	3	2	2	4	3	4	4	3	5	4	4	3	3	4	54
46	3	3	4	4	5	3	3	3	4	4	4	3	5	5	5	3	3	3	67
47	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	72
48	4	2	2	2	4	1	1	2	2	2	3	4	4	4	4	2	4	2	49
49	5	3	4	5	3	4	4	3	4	3	4	4	5	5	5	4	5	5	75
50	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	85
51	4	3	3	4	5	4	4	3	3	4	4	3	5	5	4	4	4	4	70
52	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	3	5	5	4	3	4	4	78
53	4	5	4	4	5	4	4	3	5	5	5	3	5	5	5	4	4	5	79
54	1	2	2	4	4	3	2	3	4	3	5	3	5	5	5	4	4	4	63
55	3	3	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	63
56	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	74
57	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	70
58	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	3	5	5	5	67
59	3	2	4	2	2	4	4	4	4	3	4	2	4	3	3	4	5	4	61
60	4	3	4	4	5	3	2	3	3	3	4	5	4	4	2	2	3	2	60
61	2	4	4	5	4	3	4	3	4	5	4	3	5	5	5	3	4	3	70
62	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	69
63	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	69
64	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	2	4	3	4	4	76
65	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	66
66	2	2	2	2	5	2	2	2	3	1	3	4	4	4	4	4	4	4	54
67	3	3	4	4	4	4	5	3	4	2	5	3	5	5	5	4	4	4	71
68	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	80
69	4	2	2	3	5	4	3	1	2	4	3	3	5	5	5	5	4	5	65
70	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	69
71	5	3	3	4	5	5	5	2	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	72
72	4	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	68
73	2	2	3	4	4	4	3	3	3	5	4	3	4	4	4	5	5	5	67
74	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	5	2	2	63
75	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	73
76	2	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	69
77	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	71
78	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	2	4	2	60
79	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	5	5	78
80	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	76
81	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	73
82	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	67
83	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	70
84	4	2	4	4	4	2	3	2	2	4	3	2	3	5	5	4	4	4	61
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	70
86	4	4	4	4	4	3	3	3	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	71

87	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	71
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	75
89	2	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	2	4	4	5	4	62
90	3	2	2	4	5	1	1	1	2	2	3	2	4	3	3	2	3	2	45
91	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	68
92	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	66
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	3	3	74
94	3	4	4	4	3	3	3	3	4	1	4	3	5	4	5	3	4	4	64
95	4	3	2	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	67
96	3	2	2	2	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	62
97	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	67
98	2	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	65
99	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	73
100	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	70
101	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	70
102	4	4	5	5	5	1	5	5	4	5	5	5	5	1	5	3	3	3	73
103	5	4	3	3	5	2	5	2	5	5	4	3	5	2	5	5	5	5	73
104	4	2	4	3	4	5	5	4	4	5	4	3	4	5	5	5	2	2	70
105	2	2	3	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5	3	4	3	3	4	69
106	3	3	3	3	4	5	5	4	4	5	4	3	4	5	5	3	3	3	69
107	5	3	2	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	64
108	2	4	4	4	5	3	5	5	4	5	4	4	5	3	5	2	4	2	70
109	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	74
110	3	3	4	4	5	3	5	4	5	5	5	4	5	3	5	4	5	4	76
111	4	5	3	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	73
112	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	64
113	4	4	4	4	5	2	5	5	1	5	5	4	5	2	5	4	4	5	73
114	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	67
115	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	2	3	4	4	5	4	4	4	64
116	3	2	4	4	4	3	3	4	3	3	3	2	4	4	2	4	3	5	60
117	3	4	3	5	3	3	3	3	4	4	4	2	4	4	2	4	3	5	63
118	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	3	5	5	5	4	4	5	74
119	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	69
120	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	5	5	5	74
121	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	5	4	2	69
122	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	76
123	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	5	3	4	4	4	72
124	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	72
125	2	3	4	5	4	4	3	3	3	3	5	3	3	4	3	5	4	4	65
126	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	2	5	4	4	77
127	2	2	4	5	2	3	2	5	2	2	2	5	4	5	2	5	4	4	60
128	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	2	3	3	5	5	4	4	4	64
129	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	5	63
130	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
131	2	2	2	4	3	2	2	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	57

132	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	3	3	3	4	4	4	3	4	69
133	2	3	3	5	5	4	5	4	5	4	3	3	4	4	3	5	4	4	70
134	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	68
135	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	64
136	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	74
137	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	3	5	69
138	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	3	5	71
139	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	5	73
140	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	71
141	2	3	4	4	1	5	5	5	5	5	5	3	3	5	4	5	5	5	74
142	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	3	4	4	5	3	5	4	2	75
143	3	2	2	4	3	2	2	2	3	2	2	4	2	4	4	4	4	4	53
144	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	5	3	4	4	4	66
145	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	2	4	5	4	5	4	4	4	66
146	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	5	4	4	63
147	3	3	3	5	3	3	3	3	4	4	4	3	2	5	2	5	4	4	63
148	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	5	5	5	2	5	4	4	73
149	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	72
150	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	75
151	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	71
152	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	78
153	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	72
154	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4	4	70
155	2	3	4	5	4	4	3	3	3	3	5	4	3	4	4	4	4	4	66
156	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	5	2	5	4	4	78
157	2	2	4	5	2	3	2	5	2	2	2	5	5	5	2	5	4	5	62
158	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	2	4	3	5	5	4	4	5	66
159	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	5	4	5	64
160	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
161	2	2	2	4	3	2	2	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	58
162	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	3	4	3	4	4	4	3	2	68
163	2	3	3	5	5	4	5	4	5	4	3	4	3	4	3	5	4	4	70
164	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	69
165	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	5	5	2	5	4	63
166	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	2	5	4	75

Penggunaan Media Sosial (X3)

No.	Penggunaan Media Sosial (X3)														Jumlah
	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	
1	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	65
2	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	57
3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	57
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	58
5	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	5	4	53
6	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	52
7	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	52
8	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	53
9	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	60
10	4	3	4	3	1	3	3	3	3	4	4	3	3	3	44
11	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	54
12	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	50
13	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	54
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
15	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	58
16	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	5	4	58
17	5	4	4	4	2	4	1	4	4	4	5	4	5	5	55
18	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3	52
19	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	57
20	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	53
21	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	56
22	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	64
23	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	48
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
25	5	4	5	5	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	65
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
28	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
29	3	3	3	2	2	2	4	3	3	2	2	4	4	4	41
30	4	3	3	3	4	4	5	3	3	3	3	4	5	4	51
31	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	3	4	49
32	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
33	5	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	65
34	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	54
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
36	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	59
37	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	66
38	5	4	5	4	2	4	4	5	5	5	5	4	5	4	61
39	5	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	5	5	5	56
40	4	2	2	2	4	4	3	3	2	2	2	4	4	4	42
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
42	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	64
43	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	61
44	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	54
45	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	60

46	4	3	4	4	4	3	5	4	3	4	4	5	5	5	57
47	5	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	53
48	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	50
49	4	2	4	3	3	3	3	2	2	4	4	4	5	5	48
50	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	67
51	5	3	5	5	3	3	5	5	4	5	5	5	5	5	63
52	5	4	4	3	4	3	5	5	5	5	4	5	5	3	60
53	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	67
54	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	63
55	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	53
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	58
57	4	2	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	49
58	3	3	4	3	2	4	3	2	2	3	4	4	4	4	45
59	4	3	4	3	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	49
60	4	3	4	3	3	3	5	4	3	5	5	5	5	4	56
61	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	60
62	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	54
63	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	54
64	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	66
65	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	54
66	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	62
67	4	2	5	4	2	3	5	4	5	4	4	5	5	5	57
68	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	64
69	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	67
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
71	5	3	3	4	5	5	3	4	4	3	3	5	5	5	57
72	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	60
73	5	5	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	5	55
74	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	52
75	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	60
76	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	61
77	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	54
78	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	53
79	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	64
80	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	58
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
82	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	54
83	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	54
84	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	66
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
86	4	1	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	54
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	58
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
89	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
90	2	1	4	4	3	3	2	3	2	5	5	4	5	5	48
91	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	3	50
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
93	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	59

94	5	4	1	4	4	3	1	4	5	4	5	5	5	4	54
95	5	5	5	4	3	4	5	4	3	3	3	5	4	4	57
96	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	53
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
98	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53
99	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57
100	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	54
101	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	64
102	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	58
103	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
104	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	54
105	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	54
106	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	66
107	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
108	4	1	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	54
109	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	58
110	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
111	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
112	2	1	4	4	3	3	2	3	2	5	5	4	5	5	48
113	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	3	50
114	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
115	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	59
116	5	4	1	4	4	3	1	4	5	4	5	5	5	4	54
117	5	5	5	4	3	4	5	4	3	3	3	5	4	4	57
118	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	53
119	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
120	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53
121	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57
122	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	54
123	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
124	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
125	2	1	4	4	3	3	2	3	2	5	5	4	5	5	48
126	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	3	50
127	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
128	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	59
129	5	4	1	4	4	3	1	4	5	4	5	5	5	4	54
130	5	5	5	4	3	4	5	4	3	3	3	5	4	4	57
131	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	53
132	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
133	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53
134	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57
135	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	54
136	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
137	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
138	2	1	4	4	3	3	2	3	2	5	5	4	5	5	48
139	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	3	50
140	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
141	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	59

142	5	4	1	4	4	3	1	4	5	4	5	5	5	4	54
143	5	5	5	4	3	4	5	4	3	3	3	5	4	4	57
144	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	53
145	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
146	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53
147	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57
148	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	54
149	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
150	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
151	2	1	4	4	3	3	2	3	2	5	5	4	5	5	48
152	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	3	50
153	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
154	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	59
155	5	4	1	4	4	3	1	4	5	4	5	5	5	4	54
156	5	5	5	4	3	4	5	4	3	3	3	5	4	4	57
157	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	53
158	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
159	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53
160	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57
161	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	54
162	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	59
163	5	4	1	4	4	3	1	4	5	4	5	5	5	4	54
164	5	5	5	4	3	4	5	4	3	3	3	5	4	4	57
165	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	53
166	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56

No.	PERILAKU KONSUMTIF (Y)																				
	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	67	68	69	70	72	73	74	75
1	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
2	4	4	3	2	4	5	3	4	5	4	4	3	3	4	4	3	3	5	4	4	3
3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	5	4
7	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	1	3	4	4	1	3	4	4	4	1
8	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	1	1	4	4	1	1	4	4	4	1	1
9	5	4	4	3	3	5	2	4	5	4	3	1	5	4	3	1	5	5	4	3	1
10	4	5	5	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	4	3	4	4	2	5	2	4	2	3	3	4	5	3	3	4	5	4	3	3	4
12	4	4	3	2	3	5	2	4	5	3	2	4	5	3	2	4	5	4	3	2	4
13	4	5	5	3	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
14	4	2	3	2	1	3	1	2	3	2	1	4	4	2	2	4	4	3	2	2	4
15	4	4	4	5	3	5	3	5	4	4	3	5	4	4	5	5	4	5	4	3	5
16	4	4	3	1	3	4	2	5	5	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
17	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
18	3	2	2	1	3	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
19	5	4	3	5	4	5	3	4	5	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4
20	4	3	3	5	4	3	3	4	5	5	1	5	4	5	4	5	4	5	5	1	5
21	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	3	3	2	3	3	3	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
23	4	5	5	4	4	5	4	2	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4
24	4	4	5	5	4	4	2	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4
25	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4
26	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
27	5	4	3	4	3	4	3	4	5	4	3	5	5	4	3	5	5	5	4	3	5
28	4	4	3	2	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
29	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	5	5	4	3	4
30	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
31	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
32	4	4	3	2	4	5	3	4	5	4	4	3	3	4	4	3	3	5	4	4	3
33	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
34	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	5	4
37	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	1	3	4	4	1	3	4	4	4	1
38	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	1	1	4	4	1	1	4	4	4	1	1
39	5	4	4	3	3	5	2	4	5	4	3	1	5	4	3	1	5	5	4	3	1
40	4	5	5	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
41	4	3	4	4	2	5	2	4	2	3	3	4	5	3	3	4	5	4	3	3	4

42	4	4	3	2	3	5	2	4	5	3	2	4	5	3	2	4	5	4	3	2	4
43	4	5	5	3	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
44	4	2	3	2	1	3	1	2	3	2	1	4	4	2	2	4	4	3	2	2	4
45	4	4	4	5	3	5	3	5	4	4	3	5	4	4	5	5	4	5	4	3	5
46	4	4	3	1	3	4	2	5	5	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
47	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
48	3	2	2	1	3	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
49	5	4	3	5	4	5	3	4	5	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4
50	4	3	3	5	4	3	3	4	5	5	1	5	4	5	4	5	4	5	5	1	5
51	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	3	3	2	3	3	3	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
53	4	5	5	4	4	5	4	2	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4
54	4	4	5	5	4	4	2	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4
55	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4
56	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
57	5	4	3	4	3	4	3	4	5	4	3	5	5	4	3	5	5	5	4	3	5
58	4	4	3	2	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
59	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	5	5	4	3	4
60	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
61	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
62	3	3	2	3	3	3	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
63	4	5	5	4	4	5	4	2	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4
64	4	4	5	5	4	4	2	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4
65	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4
66	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
67	5	4	3	4	3	4	3	4	5	4	3	5	5	4	3	5	5	5	4	3	5
68	4	4	3	2	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
69	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	5	5	4	3	4
70	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
71	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
72	3	3	2	3	3	3	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
73	4	5	5	4	4	5	4	2	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4
74	4	4	5	5	4	4	2	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4
75	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4
76	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
77	5	4	3	4	3	4	3	4	5	4	3	5	5	4	3	5	5	5	4	3	5
78	4	4	3	2	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
79	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	5	5	4	3	4
80	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
81	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
82	3	3	2	3	3	3	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
83	4	5	5	4	4	5	4	2	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4
84	4	4	5	5	4	4	2	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4
85	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4
86	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4

87	5	4	3	4	3	4	3	4	5	4	3	5	5	4	3	5	5	5	4	3	5
88	4	4	3	2	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
89	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	5	5	4	3	4
90	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
91	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
92	3	3	2	3	3	3	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
93	4	5	5	4	4	5	4	2	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4
94	4	4	5	5	4	4	2	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4
95	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4
96	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
97	5	4	3	4	3	4	3	4	5	4	3	5	5	4	3	5	5	5	4	3	5
98	4	4	3	2	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
99	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	5	5	4	3	4
100	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
101	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
102	3	3	2	3	3	3	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
103	4	5	5	4	4	5	4	2	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4
104	4	4	5	5	4	4	2	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4
105	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4
106	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
107	5	4	3	4	3	4	3	4	5	4	3	5	5	4	3	5	5	5	4	3	5
108	4	4	3	2	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
109	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	5	5	4	3	4
110	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
111	4	4	5	5	4	4	2	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4
112	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4
113	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
114	5	4	3	4	3	4	3	4	5	4	3	5	5	4	3	5	5	5	4	3	5
115	4	4	3	2	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
116	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	5	5	4	3	4
117	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
118	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
119	3	3	2	3	3	3	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
120	4	5	5	4	4	5	4	2	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4
121	4	4	5	5	4	4	2	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4
122	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4
123	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
124	5	4	3	4	3	4	3	4	5	4	3	5	5	4	3	5	5	5	4	3	5
125	4	4	3	2	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
126	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	5	5	4	3	4
127	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
128	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
129	3	3	2	3	3	3	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
130	4	5	5	4	4	5	4	2	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4
131	4	4	5	5	4	4	2	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4

132	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4
133	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
134	5	4	3	4	3	4	3	4	5	4	3	5	5	4	3	5	5	5	4	3	5
135	4	4	3	2	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
136	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	5	5	4	3	4
137	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
138	4	4	5	5	4	4	2	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4
139	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4
140	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
141	5	4	3	4	3	4	3	4	5	4	3	5	5	4	3	5	5	5	4	3	5
142	4	4	3	2	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
143	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	5	5	4	3	4
144	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
145	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
146	3	3	2	3	3	3	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
147	4	5	5	4	4	5	4	2	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4
148	4	4	5	5	4	4	2	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4
149	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4
150	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
151	5	4	3	4	3	4	3	4	5	4	3	5	5	4	3	5	5	5	4	3	5
152	4	4	3	2	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
153	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	5	5	4	3	4
154	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
155	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
156	3	3	2	3	3	3	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
157	4	5	5	4	4	5	4	2	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4
158	4	4	5	5	4	4	2	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4
159	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4
160	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
161	5	4	3	4	3	4	3	4	5	4	3	5	5	4	3	5	5	5	4	3	5
162	4	4	3	2	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
163	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	5	5	4	3	4
164	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
165	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
166	5	4	3	4	3	4	3	4	5	4	3	5	5	4	3	5	5	5	4	3	5

DATA PENELITIAN DIOLAH

No.	Perilaku Konsumtif (Y)	Peer Group X1	L. Ekonomi X2	P. Medsos X3
1	78	69	68	65
2	78	72	77	57
3	75	65	62	57
4	81	75	78	58
5	82	62	65	53
6	88	58	73	52
7	69	64	70	52
8	61	61	65	53
9	74	73	75	60
10	85	55	60	44
11	74	62	62	54
12	73	59	66	50
13	98	65	73	54
14	55	68	68	56
15	88	61	71	58
16	73	64	69	58
17	77	70	64	55
18	40	61	52	52
19	81	65	74	57
20	83	67	72	53
21	82	68	71	56
22	69	72	66	64
23	90	61	52	48
24	89	73	86	70
25	89	70	68	65
26	87	62	68	56
27	86	62	71	56
28	92	67	73	55
29	85	62	70	41
30	74	64	63	51
31	78	55	64	49
32	78	76	71	55
33	75	75	78	65
34	81	71	68	54
35	82	69	72	56
36	88	72	67	59
37	69	68	70	66
38	61	69	68	61

39	74	61	72	56
40	85	59	64	42
41	74	68	70	56
42	73	72	65	64
43	98	67	73	61
44	55	66	67	54
45	88	68	54	60
46	73	70	67	57
47	77	64	72	53
48	40	56	49	50
49	81	75	75	48
50	83	77	85	67
51	82	69	70	63
52	69	78	78	60
53	90	71	79	67
54	89	60	63	63
55	89	63	63	53
56	87	73	74	58
57	86	62	70	49
58	92	59	67	45
59	85	60	61	49
60	74	68	60	56
61	82	71	70	60
62	69	67	69	54
63	90	67	69	54
64	89	62	76	66
65	89	63	66	54
66	87	63	54	62
67	86	63	71	57
68	92	76	80	64
69	85	63	65	67
70	74	71	69	56
71	82	71	72	57
72	69	71	68	60
73	90	58	67	55
74	89	75	63	52
75	89	68	73	60
76	87	74	69	61
77	86	70	71	54
78	92	63	60	53
79	85	71	78	64
80	74	68	76	58

81	82	70	73	56
82	69	60	67	54
83	90	60	70	54
84	89	73	61	66
85	89	64	70	56
86	87	68	71	54
87	86	67	71	58
88	92	62	75	56
89	85	64	62	55
90	74	70	45	48
91	82	62	68	50
92	69	62	66	56
93	90	74	74	59
94	89	72	64	54
95	89	74	67	57
96	87	65	62	53
97	86	69	67	56
98	92	60	65	53
99	85	68	73	57
100	74	65	70	54
101	82	70	70	64
102	69	74	73	58
103	90	69	73	56
104	89	69	70	54
105	89	65	69	54
106	87	56	69	66
107	86	66	64	56
108	92	64	70	54
109	85	72	74	58
110	74	59	76	56
111	89	62	73	55
112	89	62	64	48
113	87	64	73	50
114	86	67	67	56
115	92	61	64	59
116	85	63	60	54
117	74	74	63	57
118	82	64	74	53
119	69	65	69	56

120	90	69	74	53
121	89	65	69	57
122	89	73	76	54
123	87	60	72	56
124	86	75	72	55
125	92	70	65	48
126	85	66	77	50
127	74	66	60	56
128	82	69	64	59
129	69	61	63	54
130	90	66	69	57
131	89	55	57	53
132	89	75	69	56
133	87	73	70	53
134	86	72	68	57
135	92	69	64	54
136	85	67	74	56
137	74	69	69	55
138	89	68	71	48
139	89	61	73	50
140	87	58	71	56
141	86	66	74	59
142	92	73	75	54
143	85	67	53	57
144	74	68	66	53
145	82	68	66	56
146	69	67	63	53
147	90	66	63	57
148	89	57	73	54
149	89	78	72	56
150	87	76	75	55
151	86	73	71	48
152	92	78	78	50
153	85	76	72	56
154	74	58	70	59
155	82	66	66	54
156	69	70	78	57
157	90	65	62	53
158	89	61	66	56

159	89	62	64	53
160	87	70	69	57
161	86	71	58	54
162	92	70	68	59
163	85	70	70	54
164	74	62	69	57
165	87	67	63	53
166	86	66	75	56

LAMPIRAN

HASIL UJI RELIABILITAS

Hasil Uji Reliabilitas Peer Group (X_1)

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.879	18

Berdasarkan hasil uji coba variable peer group diperoleh nilai Cronbach's Alpha dari output computer sebesar 0,879 yang lebih besar dari nilai r table yaitu $0,879 > 0,70$, maka variable peer group adalah **reliabel**.

Hasil Uji Reliabilitas Literasi Ekonomi (X₂)

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.913	19

Berdasarkan hasil uji coba variable literasi ekonomi diperoleh nilai Cronbach's Alpha dari output computer sebesar 0,913 yang lebih besar dari nilai r table yaitu **0,913 > 0,70**, maka variable literasi ekonomi adalah **reliabel**.

Hasil Uji Reliabilitas Penggunaan Media Sosial (X₃)

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.895	14

Berdasarkan hasil uji coba variable penggunaan media social diperoleh nilai Cronbach's Alpha dari output computer sebesar 0,895 yang lebih besar dari nilai r table yaitu **0,895 > 0,70**, maka variable penggunaan media sosial adalah **reliabel**.

Hasil Uji Reliabilitas Perilaku Konsumtif (Y)

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.904	24

Berdasarkan hasil uji coba variable perilaku konsumtif siswa diperoleh nilai Cronbach's Alpha dari output computer sebesar 0,904 yang lebih besar dari nilai r table yaitu **0,904 > 0,70**, maka variable perilaku konsumtif siswa adalah **reliabel**.

Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif (Y)

52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75
4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
4	4	3	2	4	5	3	4	5	4	4	3	3	4	5	4	4	3	3	4	5	4	4	3
4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	5	5	4	4	4	3	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	5	4
4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	1	3	4	4	4	4	1	3	4	4	4	4	1
3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	1	1	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	1	1
5	4	4	3	3	5	2	4	5	4	3	1	5	5	5	4	3	1	5	5	5	4	3	1
4	5	5	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	2	5	2	4	2	3	3	4	5	3	4	3	3	4	5	3	4	3	3	4
4	4	3	2	3	5	2	4	5	3	2	4	5	5	4	3	2	4	5	5	4	3	2	4
4	5	5	3	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
4	2	3	2	1	3	1	2	3	2	1	4	4	5	3	2	2	4	4	5	3	2	2	4
4	4	4	5	3	5	3	5	4	4	3	5	4	5	2	4	5	5	4	5	5	4	3	5
4	4	3	1	3	4	2	5	5	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4
3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4
3	2	2	1	3	1	2	1	2	2	2	1	2	4	4	2	2	2	2	4	2	2	2	2
5	4	3	5	4	5	3	4	5	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4
4	3	3	5	4	3	3	4	5	5	1	5	4	5	5	5	4	5	4	3	5	5	1	5
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	2	3	3	3	2	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4
4	5	5	4	4	5	4	2	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4
4	4	5	5	4	4	2	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4

4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4
4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4
5	4	3	4	3	4	3	4	5	4	3	5	5	2	5	4	3	5	5	5	5	4	3	5
4	4	3	2	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4
4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4
0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361
0,446	0,756	0,525	0,529	0,647	0,632	0,582	0,560	0,697	0,786	0,663	0,614	0,485	0,067	0,087	0,786	0,784	0,551	0,485	0,071	0,641	0,786	0,631	0,551
VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	TIDAK	TIDAK	VALID	VALID	VALID	VALID	TIDAK	VALID	VALID	VALID	VALID

No.	Hasil Uji Validitas Peer Group (X1)																		Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
1	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	67
2	4	4	3	2	4	5	3	4	5	4	4	3	3	4	5	4	4	3	68
3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	64
4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	70
5	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	5	5	4	4	4	72
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	5	4	74
7	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	1	3	4	4	4	4	1	61
8	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	1	1	4	4	4	4	1	1	55
9	5	4	4	3	3	5	2	4	5	4	3	1	5	5	5	4	3	1	66
10	4	5	5	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73
11	4	3	4	4	2	5	2	4	2	3	3	4	5	3	4	3	3	4	62
12	4	4	3	2	3	5	2	4	5	3	2	4	5	5	4	3	2	4	64
13	4	5	5	3	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	83
14	4	2	3	2	1	3	1	2	3	2	1	4	4	5	3	2	2	4	48
15	4	4	4	2	3	5	3	5	4	4	3	5	4	5	3	4	3	5	70
16	4	4	3	1	3	4	2	5	5	3	3	4	4	4	4	3	3	4	63
17	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	65
18	3	2	2	1	3	1	2	1	2	2	2	1	2	4	3	2	2	2	37
19	3	4	3	5	4	5	3	4	5	3	4	4	3	4	4	3	4	4	69
20	4	3	3	5	4	3	3	4	5	5	1	5	4	5	5	5	1	5	70
21	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	70
22	3	3	2	3	3	3	2	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	59
23	4	5	5	4	4	5	4	2	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	76
24	4	4	5	5	4	4	2	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	75
25	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	74

26	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	72
27	5	4	3	4	3	4	3	4	5	4	3	5	5	5	5	4	3	5	74
28	4	4	3	2	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	77
29	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	3	4	73
30	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	63
r tabel	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	
rhit	0,445	0,775	0,532	0,474	0,642	0,631	0,587	0,539	0,698	0,784	0,687	0,602	0,520	0,118	0,389	0,784	0,657	0,536	
	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	TIDAK	VALID	VALID	VALID	VALID	

No.	Hasil Uji Validitas Literasi Ekonomi (X2)																			Jumlah
	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	
1	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	55
2	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	2	3	5	4	5	3	4	4	3	53
3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	51
4	3	3	3	5	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	53
5	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	2	5	3	5	3	4	3	4	58
6	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	56
8	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	58
9	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	2	5	5	5	5	5	4	5	67
10	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	4	63
11	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	5	4	3	3	4	4	4	58
12	2	3	4	5	4	4	3	3	3	3	5	4	5	5	5	3	3	3	3	58
13	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	4	5	5	5	5	69
14	2	2	4	5	2	3	2	5	2	2	2	2	5	5	5	2	5	2	2	48
15	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	2	5	5	5	5	3	3	3	4	56
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	3	46
17	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	55
18	2	2	2	4	3	2	2	2	4	2	4	2	4	4	4	2	2	4	2	43
19	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	3	3	4	3	4	4	4	5	5	58
20	2	3	3	5	5	4	5	4	5	4	3	2	5	5	5	5	4	5	4	60
21	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	57
22	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	51
23	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	5	62
24	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	63
25	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	66

26	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	58
27	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	63
28	2	3	4	4	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	64
29	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	3	4	5	5	5	4	4	5	4	67
30	3	2	2	4	3	2	2	2	3	2	2	4	4	3	2	2	2	3	2	40
r tabel	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	
rhit	0,519	0,775	0,808	0,553	0,479	0,833	0,826	0,685	0,584	0,801	0,535	0,132	0,465	0,452	0,494	0,826	0,685	0,584	0,801	
	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	TIDAK	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	

KUESIONER UJI COBA

Kepada,

Siswa-Siswi SMA Negeri di Brebes

Assalamu‘alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Berikut ini merupakan kuisisioner Pengaruh *Peer Group*, Literasi Ekonomi Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Jurusan IPS SMA Negeri di Kabupaten Brebes. Kuisisioner ini disusun untuk memperoleh data tentang tingkat pengaruh *Peer Group*, literasi ekonomi dan penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif siswa jurusan IPS SMA negeri di kabupaten brebes yang kemudian akan bermanfaat bagi pengembangan Pendidikan Ekonomi. Angket ini tidak akan mempengaruhi nilai hasil belajar kalian, Oleh karena itu, saya meminta bantuan kepada para siswa-siswi untuk meluangkan waktunya guna mengisi pernyataan-pernyataan di bawah ini sejujur-jujurnya. Atas kesediaan dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Waalla‘ikumsalam warahmatullahi wabarakatuh

Semarang..... Desember 2019

Hormat saya,

Peneliti

Ummamatul KH

Kisi- kisi Angket Uji Coba Penelitian

NO	Variabel	Indikator	No. Item	Jumlah
1	Peer Group	1. Kerjasama	1,2	3
		2. Persaingan	3,4	3
		3. Pertentangan	5,6	3
		4. Penerimaan	7,8	3
		5. Persesuaian	9,10	3
		6. Perpaduan	11,12	3
2	Literasi Ekonomi	1. Masalah pokok ekonomi	13,14	3
		2. Kegiatan ekonomi dan pelaku ekonomi	15,16	4
		3. Prinsip ekonomi	17,18	3
		4. Penawaran dan Permintaan	19,20	3
		5. Distribusi pendapatan	21,22	3
		6. Uang dan transaksi	23,24	3
3	Penggunaan Media Sosial	1. Perhatian	25,26,	4
		2. Penghayatan	27,28,29	4
		3. Durasi	30,31,	3
		4. Frekuensi	32,33	3
4	Perilaku Konsumtif	8. Membeli produk karena iming-iming hadiah.	34,35,36	4
		9. Membeli produk karena kemasannya menarik.	37,38,39	4
		10. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).	40,41	3
		11. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.	42,43	3
		12. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model iklannya	44,45,46	4
		13. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.	47,48	3
		14. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merk berbeda)	49,50	3

Kuisisioner Uji oba Instrumen Penelitian**A. Identitas Responden**

Nama :
Kelas :
Sekolah :
Usia :
P/L :

B. Petunjuk Pengisian

1. Sebelum Memberikan Jawaban, Isilah identitas responden terlebih dahulu.
2. Berilah tanda centang (√) pada salah satu kolom jawaban sebagai berikut:
 - 5 : Jika Sangat Tidak Setuju, sangat tidak baik, tidak pernah, sangat rendah
 - 4 : Jika tidak setuju, kurang baik, jarang, rendah
 - 3 : Jika Netral, cukup, kadang- kadang, sedang
 - 2 : Jika setuju, baik, sering, tinggi
 - 1 : Jika sangat setuju, sangat baik, selalu, sangat tinggi
3. Bila anda ingin membatalkan jawaban yang telah dipilih, silahkan anda beri tanda (X) pada jawaban yang dibatalka, kemudian anda beri tanda centang (√) pada jawaban yang dipilih.
4. Peneliti berharap saudara/ saudari memberikan jawaban pada semua pertanyaan

NO	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		5	4	3	2	1
1	Teman Sebaya					
a	Kerjasama					
1	Saya suka berdiskusi mengenai pelajaran ekonomi dengan teman- teman saya					
2	Teman- teman saya mengajak bekerja sama ketika mengerjakan tugas mata pelajaran ekonomi					
3	Saya dan teman saya bersama- sama memecahkan masalah pelajaran ekonomi					
b	Persaingan					
4	Memiliki baju yang lebih bagus dengan teman kelompok saya, membuat saya semakin percaya diri					
5	Saya percaya dapat mengerjakan PR sendiri, tanpa bantuan orang lain					
6	Saya sering asyik bermain <i>gadget</i> ketika ada teman yang sedang bercerita					
c	Pertentangan					
7	Saya mampu mengendalikan suasana emosi					
8	Saya marah apabila ada teman yang mengejek sahabat saya					
9	Saya marah apabila teman-teman saya bermain tanpa mengajak saya					
d	Penerimaan					
10	Saya suka di perhatikan teman- teman saya					
11	Saya mengikuti teman-teman kemana saja asal itu sifatnya menyenangkan					
12	Saya menghabiskan waktu bersenang- senang dengan teman-teman					
e	Persesuaian					
13	Saya tidak ingin di bedakan dengan orang lain					
14	Saya sulit akrab dengan teman baru					
15	Saya mudah nyaman ketika berada di lingkungan yang baru					
f	Perpaduan					
16	Saya mudah terpengaruh oleh hal-hal yang sifatnya menyenangkan					
17	Saya akan mempertimbangkan bila diajak teman- teman mengikuti kegiatan.					
18	Saya akan melakukan kesenangan saya,					

	tetapi dengan melihat-lihat situasi					
2	Literasi Ekonomi					
a	Masalah pokok ekonomi					
19	Saya paham tentang kebutuhan secara umum					
20	Saya mencari informasi agar pengetahuan ekonomi saya meningkat					
21	Saya membuat list pengeluaran harian untuk kebutuhan saya					
b	Kegiatan ekonomi dan pelaku ekonomi					
22	Saya mengikuti perkembangan tren saat membeli baju					
23	Saya tidak memikirkan jumlah uang yang harus saya keluarkan untuk membeli jajan yang saya sukai					
24	Saya langsung membeli barang yang menurut saya menarik					
25	Saya sadar keuangan perlu direncanakan dengan baik					
c	Prinsip ekonomi					
26	Saya menetapkan batasan anggaran untuk jajan dalam sehari- hari					
27	Saya selalu merencanakan terlebih dahulu barang- barang yang akan saya beli					
28	Saya tidak langsung membeli barang- barang yang saya suka					
d	Penawaran dan Permintaan					
29	Saya mempertimbangkan harga terlebih dahulu sebelum memutuskan membeli baju.					
30	Saya membandingkan harga dengan matang apabila ingin membeli baju					
31	Saya memprioritaskan membeli barang yang saya butuhkan					
e	Distribusi pendapatan					
32	Uang saku yang saya dapatkan cukup untuk membiayai kebutuhan tiap hari					
33	Saya meminjam uang dengan teman jika uang saku saya dirasa tidak cukup					
34	saya menggunakan uang saya untuk mentraktir teman- teman					
f	Uang dan transaksi					
35	Saya mampu mengelola keuangan.					
36	Uang yang saya peroleh akan saya tabung					
37	Saya mengeluarkan uang untuk keperluan					

	darurat					
3	Penggunaan Media Sosial					
a	Perhatian					
38	Saya suka menggunakan facebook karena banyak fitur yang saya sukai					
39	Saya tidak suka diganggu ketika mengakses instagram yang saya gemari					
40	Saya menikmati aktivitas saat mengakses whatsapp					
41	Saya lupa waktu ketika mengakses facebook					
b	Penghayatan					
42	Saya suka meniru gaya orang- orang yang saya kenal di instagram					
43	Saya suka meniru informasi yang saya jumpai di youtube					
44	Saya mencoba resep atau tips yang saya jumpai di youtube					
45	Barang- barang yang saya gunakan kebanyakan berasal dari iklan yang saya temui di facebook					
c	Durasi					
46	Saya memberikan batasan waktu 1-3 jam ketika menggunakan youtube					
47	Ketika mengakses facebook saya menghabiskan waktu 2 jam dalam sehari					
48	Dalam sehari saya cukup 30 menit saja dalam menggunakan whatsapp					
d	Frekuensi					
49	Saya membuka situs facebook hanya sekali dalam sehari					
50	Sahari saya bisa mengakses Instagram hingga lebih dari 4 kali dalam sehari					
51	Saya menggunakan whatsapp 1 hingga 4 kali dalam sehari					
4	Perilaku Konsumtif					
a	Membeli produk karena iming-iming hadiah.					
52	Setiap ada promo saya berbelanja					
53	Saya senang menggunakan barang yang memiliki promo undian					
54	Saya mudah tertarik membeli barang yang diskon					
55	Saya senang membeli barang beli satu gratis satu					

b	Membeli produk karena kemasannya menarik.					
56	Saya suka membeli jajan dengan bungkus unik					
57	Saya senang membeli jajan dengan warna favorit saya					
58	Saya suka membeli jajan dengan kemasan menarik					
59	Saya suka membeli pulpen dengan kemasan yang lucu					
c	Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).					
60	Saya membeli HP keluaran meskipun HP yang saya miliki relatif masih baru.terbaru					
61	Saya segera membeli aksesoris perhiasan tanpa melihat manfaat dari barang tersebut					
62	Saya tidak memikirkan jumlah uang yang harus saya keluarkan untuk membeli baju yang saya sukai					
d	Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.					
63	Saya senang membeli baju baru meskipun hanya akan saya pakai sekali saja.					
64	Saya membeli jam tangan yang tidak saya sukai, karena takut dianggap pelit.					
65	Saya banyak membeli baju baru karena gengsi semata.					
e	Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model iklannya					
66	Saya senang mengenakan aksesoris, yang dipakai artis idola saya					
67	Model iklan selalu menjadi pertimbangan saya dalam membeli baju.					
68	Saya tidak bisa jika menggunakan asesoris yang tidak mencirikan artis favorit saya					
69	Ketika saya melihat sepatu yang di pakai artis idola saya, saya segera membelinya walaupun saya sudah memiliki banyak sepatu					
f	Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.					

70	Saya tidak tertarik dengan harga murah karena saya meragukan kualitasnya					
71	Saya percaya semakin mahal tas yang dibeli semakin tinggi status sosialnya					
72	Menurut saya keren tidaknya seseorang dapat dilihat dari harga baju yang digunakan					
g	Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merk berbeda)					
73	Saya menggunakan lebih dari 2 merek baju sejenis					
74	Saya tidak puas jika hanya menggunakan 1 merek sepatu saja					
75	Saya membeli lagi baju terbaru walaupun masih memiliki baju sejenis					

KUESIONER PENELITIAN

Kepada,

Siswa-Siswi SMA Negeri di Brebes

Assalamu‘alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Berikut ini merupakan kuEsiomer Pengaruh *Peer Group*, Literasi Ekonomi Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Jurusan IPS SMA Negeri di Kabupaten Brebes. Kuisiomer ini disusun untuk memperoleh data tentang tingkat pengaruh *Peer Group*, literasi ekonomi dan penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif siswa jurusan IPS SMA negeri di kabupaten Brebes yang kemudian akan bermanfaat bagi pengembangan Pendidikan Ekonomi. Angket ini tidak akan mempengaruhi nilai hasil belajar kalian dan hasilnya untuk kepentingan akademik tesis, Oleh karena itu, saya meminta bantuan kepada para siswa-siswi untuk meluangkan waktunya guna mengisi pernyataan-pernyataan di bawah ini sejujur-jujurnya. Atas kesediaan dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Waalla‘ikumsalam warahmatullahi wabarakatuh

Semarang..... Januari 2020

Hormat saya,

Peneliti

Ummamatul KH

C. Identitas Responden

Nama :
Kelas :
Sekolah :
Usia :
P/L :

D. Petunjuk Pengisian

5. Sebelum Memberikan Jawaban, Isilah identitas responden terlebih dahulu.

6. Berilah tanda centang (√) pada salah satu kolom jawaban sebagai berikut:

5 : Jika sangat setuju, sangat baik, selalu, sangat tinggi

4 : Jika setuju, baik, sering, tinggi

3 : Jika Netral, cukup, kadang- kadang, sedang

2 : Jika tidak setuju, kurang baik, jarang, rendah

1 : Jika Sangat Tidak Setuju, tidak baik, tidak pernah, sangat rendah

7. Bila anda ingin membatalkan jawaban yang telah dipilih, silahkan anda beri tanda (X) pada jawaban yang dibatalka, kemudian anda beri tanda centang (√) pada jawaban yang dipilih.

8. Peneliti berharap saudara/ saudari memberikan jawaban pada semua pertanyaan

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		5	4	3	2	1
1	Peer Group					
a	Kerjasama					
1	Saya suka berdiskusi mengenai pelajaran ekonomi dengan teman- teman saya					
2	Teman- teman saya mengajak bekerja sama ketika mengerjakan tugas mata pelajaran ekonomi					
3	Saya dan teman saya bersama- sama memecahkan masalah pelajaran ekonomi					
b	Persaingan					
4	Memiliki baju yang lebih bagus dengan teman kelompok saya, membuat saya semakin percaya diri					
5	Saya percaya dapat mengerjakan PR sendiri, tanpa bantuan orang lain					
6	Saya sering asyik bermain <i>gadget</i> ketika ada teman yang sedang bercerita					
c	Pertentangan					
7	Saya mampu mengendalikan suasana emosi					
8	Saya marah apabila ada teman yang mengejek sahabat saya					
9	Saya marah apabila teman-teman saya bermain tanpa mengajak saya					
d	Penerimaan					
10	Saya suka di perhatikan teman- teman saya					
11	Saya mengikuti teman-teman kemana saja asal itu sifatnya menyenangkan					
12	Saya menghabiskan waktu bersenang-senang dengan teman-teman					
e	Persesuaian					
13	Saya tidak ingin di bedakan dengan orang lain					
15	Saya mudah nyaman ketika berada di lingkungan yang baru					
f	Perpaduan					
16	Saya mudah terpengaruh oleh hal-hal yang sifatnya menyenangkan					
17	Saya akan mempertimbangkan bila diajak teman- teman mengikuti kegiatan.					
18	Saya akan melakukan kesenangan saya, tetapi dengan melihat-lihat situasi					
2	Literasi Ekonomi					
a	Masalah pokok ekonomi					
19	Saya paham tentang kebutuhan secara umum					
20	Saya mencari informasi agar pengetahuan ekonomi saya					

	meningkat					
21	Saya membuat list pengeluaran harian untuk kebutuhan saya					
b	Kegiatan ekonomi dan pelaku ekonomi					
22	Saya mengikuti perkembangan tren saat membeli baju					
23	Saya tidak memikirkan jumlah uang yang harus saya keluarkan untuk membeli jajan yang saya sukai					
24	Saya langsung membeli barang yang menurut saya menarik					
25	Saya sadar keuangan perlu direncanakan dengan baik					
c	Prinsip ekonomi					
26	Saya menetapkan batasan anggaran untuk jajan dalam sehari- hari					
27	Saya selalu merencanakan terlebih dahulu barang- barang yang akan saya beli					
28	Saya tidak langsung membeli barang-barang yang saya suka					
d	Penawaran dan Permintaan					
29	Saya mempertimbangkan harga terlebih dahulu sebelum memutuskan membeli baju.					
31	Saya memprioritaskan membeli barang yang saya butuhkan					
e	Distribusi pendapatan					
32	Uang saku yang saya dapatkan cukup untuk membiayai kebutuhan tiap hari					
33	Saya meminjam uang dengan teman jika uang saku saya dirasa tidak cukup					
34	saya menggunakan uang saya untuk mentraktir teman-teman					
f	Uang dan transaksi					
35	Saya mampu mengelola keuangan.					
36	Uang yang saya peroleh akan saya tabung					
37	Saya mengeluarkan uang untuk keperluan darurat					
3	Penggunaan Media Sosial					
a	Perhatian					
38	Saya suka menggunakan facebook karena banyak fitur yang saya sukai					
39	Saya tidak suka diganggu ketika mengakses instagram yang saya gemari					
40	Saya menikmati aktivitas saat mengakses whatsapp					
41	Saya lupa waktu ketika mengakses facebook					
b	Penghayatan					
42	Saya suka meniru gaya orang- orang yang saya kenal di instagram					

43	Saya suka meniru informasi yang saya jumpai di youtube					
44	Saya mencoba resep atau tips yang saya jumpai di youtube					
45	Barang- barang yang saya gunakan kebanyakan berasal dari iklan yang saya temui di facebook					
c	Durasi					
46	Saya memberikan batasan waktu 1-3 jam ketika menggunakan youtube					
47	Ketika mengakses facebook saya menghabiskan waktu 2 jam dalam sehari					
48	Dalam sehari saya cukup 30 menit saja dalam menggunakan whatsapp					
d	Frekuensi					
49	Saya membuka situs facebook hanya sekali dalam sehari					
50	Sahari saya bisa mengakses Instagram hingga lebih dari 4 kali dalam sehari					
51	Saya menggunakan whatsapp 1 hingga 4 kali dalam sehari					
4	Perilaku Konsumtif					
a	Membeli produk karena iming-iming hadiah.					
52	Setiap ada promo saya berbelanja					
53	Saya senang menggunakan barang yang memiliki promo undian					
54	Saya mudah tertarik membeli barang yang diskon					
55	Saya senang membeli barang beli satu gratis satu					
b	Membeli produk karena kemasannya menarik.					
56	Saya suka membeli jajan dengan bungkus unik					
57	Saya senang membeli jajan dengan warna favorit saya					
58	Saya suka membeli jajan dengan kemasan menarik					
59	Saya suka membeli pulpen dengan kemasan yang lucu					
c	Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).					
60	Saya membeli HP keluaran meskipun HP yang saya miliki relatif masih baru.terbaru					
61	Saya segera membeli aksesoris perhiasan tanpa melihat manfaat dari barang tersebut					
62	Saya tidak memikirkan jumlah uang yang harus saya keluarkan untuk membeli baju yang saya sukai					
d	Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.					
63	Saya senang membeli baju baru meskipun hanya akan saya pakai sekali saja.					

e	Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model iklannya					
67	Model iklan selalu menjadi pertimbangan saya dalam membeli baju.					
68	Saya tidak bisa jika menggunakan asesoris yang tidak mencirikan artis favorit saya					
69	Ketika saya melihat sepatu yang di pakai artis idola saya, saya segera membelinya walaupun saya sudah memiliki banyak sepatu					
f	Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.					
70	Saya tidak tertarik dengan harga murah karena saya meragukan kualitasnya					
71	Saya percaya semakin mahal tas yang dibeli semakin tinggi status sosialnya					
72	Menurut saya keren tidaknya seseorang dapat dilihat dari harga baju yang digunakan					
g	Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merk berbeda)					
73	Saya menggunakan lebih dari 2 merek baju sejenis					
74	Saya tidak puas jika hanya menggunakan 1 merek sepatu saja					
75	Saya membeli lagi baju terbaru walaupun masih memiliki baju sejenis					

KUESIONER UJI COBA

Kepada,

Siswa-Siswi SMA Negeri di Brebes

Assalamu‘alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Berikut ini merupakan kuisisioner Pengaruh *Peer Group*, Literasi Ekonomi Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Jurusan IPS SMA Negeri di Kabupaten Brebes. Kuisisioner ini disusun untuk memperoleh data tentang tingkat pengaruh *Peer Group*, literasi ekonomi dan penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif siswa jurusan IPS SMA negeri di kabupaten brebes yang kemudian akan bermanfaat bagi pengembangan Pendidikan Ekonomi. Angket ini tidak akan mempengaruhi nilai hasil belajar kalian, Oleh karena itu, saya meminta bantuan kepada para siswa-siswi untuk meluangkan waktunya guna mengisi pernyataan-pernyataan di bawah ini sejujur-jujurnya. Atas kesediaan dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Waalla‘ikumsalam warahmatullahi wabarakatuh

Semarang..... Desember 2019

Hormat saya,

Peneliti

Ummamatul KH

E. Identitas Responden

Nama :
Kelas :
Sekolah :
Usia :
P/L :

F. Petunjuk Pengisian

9. Sebelum Memberikan Jawaban, Isilah identitas responden terlebih dahulu.

10. Berilah tanda centang (√) pada salah satu kolom jawaban sebagai berikut:

1 : Jika Sangat Tidak Setuju, tidak baik, tidak pernah, sangat rendah

2 : Jika tidak setuju, kurang baik, jarang, rendah

3 : Jika Netral, cukup, kadang- kadang, sedang

4 : Jika setuju, baik, sering, tinggi

5 : Jika sangat setuju, sangat baik, selalu, sangat tinggi

11. Bila anda ingin membatalkan jawaban yang telah dipilih, silahkan anda beri tanda (X) pada jawaban yang dibatalka, kemudian anda beri tanda centang (√) pada jawaban yang dipilih.

12. Peneliti berharap saudara/ saudari memberikan jawaban pada semua pertanyaan

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		5	4	3	2	1
1	Teman Sebaya					
a	Kerjasama					
1	Saya suka berdiskusi mengenai pelajaran ekonomi dengan teman- teman saya					
2	Teman- teman saya mengajak bekerja sama ketika mengerjakan tugas mata pelajaran ekonomi					
3	Saya dan teman saya bersama- sama memecahkan masalah pelajaran ekonomi					
b	Persaingan					
4	Memiliki baju yang lebih bagus dengan teman kelompok saya, membuat saya semakin percaya diri					
5	Saya percaya dapat mengerjakan PR sendiri, tanpa bantuan orang lain					
6	Saya sering asyik bermain <i>gadget</i> ketika ada teman yang sedang bercerita					
c	Pertentangan					
7	Saya mampu mengendalikan suasana emosi					
8	Saya marah apabila ada teman yang mengejek sahabat saya					
9	Saya marah apabila teman-teman saya bermain tanpa mengajak saya					
d	Penerimaan					
10	Saya suka di perhatikan teman- teman saya					
11	Saya mengikuti teman-teman kemana saja asal itu sifatnya menyenangkan					
12	Saya menghabiskan waktu bersenang-senang dengan teman-teman					
e	Persesuaian					
13	Saya tidak ingin di bedakan dengan orang lain					
14	Saya sulit akrab dengan teman baru					
15	Saya mudah nyaman ketika berada di lingkungan yang baru					
f	Perpaduan					
16	Saya mudah terpengaruh oleh hal-hal yang sifatnya menyenangkan					
17	Saya akan mempertimbangkan bila diajak teman- teman mengikuti kegiatan.					
18	Saya akan melakukan kesenangan saya, tetapi dengan melihat-lihat situasi					
2	Literasi Ekonomi					
a	Masalah pokok ekonomi					
19	Saya paham tentang kebutuhan secara umum					

20	Saya mencari informasi agar pengetahuan ekonomi saya meningkat				
21	Saya membuat list pengeluaran harian untuk kebutuhan saya				
b	Kegiatan ekonomi dan pelaku ekonomi				
22	Saya mengikuti perkembangan tren saat membeli baju				
23	Saya tidak memikirkan jumlah uang yang harus saya keluarkan untuk membeli jajan yang saya sukai				
24	Saya langsung membeli barang yang menurut saya menarik				
25	Saya sadar keuangan perlu direncanakan dengan baik				
c	Prinsip ekonomi				
26	Saya menetapkan batasan anggaran untuk jajan dalam sehari- hari				
27	Saya selalu merencanakan terlebih dahulu barang- barang yang akan saya beli				
28	Saya tidak langsung membeli barang-barang yang saya suka				
d	Penawaran dan Permintaan				
29	Saya mempertimbangkan harga terlebih dahulu sebelum memutuskan membeli baju.				
30	Saya membandingkan harga dengan matang apabila ingin membeli baju				
31	Saya memprioritaskan membeli barang yang saya butuhkan				
e	Distribusi pendapatan				
32	Uang saku yang saya dapatkan cukup untuk membiayai kebutuhan tiap hari				
33	Saya meminjam uang dengan teman jika uang saku saya dirasa tidak cukup				
34	saya menggunakan uang saya untuk mentraktir teman-teman				
f	Uang dan transaksi				
35	Saya mampu mengelola keuangan.				
36	Uang yang saya peroleh akan saya tabung				
37	Saya mengeluarkan uang untuk keperluan darurat				
3	Penggunaan Media Sosial				
a	Perhatian				
38	Saya suka menggunakan facebook karena banyak fitur yang saya sukai				
39	Saya tidak suka diganggu ketika mengakses instagram yang saya gemari				
40	Saya menikmati aktivitas saat mengakses whatsapp				
41	Saya lupa waktu ketika mengakses facebook				

b	Penghayatan					
42	Saya suka meniru gaya orang- orang yang saya kenal di instagram					
43	Saya suka meniru informasi yang saya jumpai di youtube					
44	Saya mencoba resep atau tips yang saya jumpai di youtube					
45	Barang- barang yang saya gunakan kebanyakan berasal dari iklan yang saya temui di facebook					
c	Durasi					
46	Saya memberikan batasan waktu 1-3 jam ketika menggunakan youtube					
47	Ketika mengakses facebook saya menghabiskan waktu 2 jam dalam sehari					
48	Dalam sehari saya cukup 30 menit saja dalam menggunakan whatsapp					
d	Frekuensi					
49	Saya membuka situs facebook hanya sekali dalam sehari					
50	Sahari saya bisa mengakses Instagram hingga lebih dari 4 kali dalam sehari					
51	Saya menggunakan whatsapp 1 hingga 4 kali dalam sehari					
4	Perilaku Konsumtif					
a	Membeli produk karena iming-iming hadiah.					
52	Setiap ada promo saya berbelanja					
53	Saya senang menggunakan barang yang memiliki promo undian					
54	Saya mudah tertarik membeli barang yang diskon					
55	Saya senang membeli barang beli satu gratis satu					
b	Membeli produk karena kemasannya menarik.					
56	Saya suka membeli jajan dengan bungkus unik					
57	Saya senang membeli jajan dengan warna favorit saya					
58	Saya suka membeli jajan dengan kemasan menarik					
59	Saya suka membeli pulpen dengan kemasan yang lucu					
c	Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).					
60	Saya membeli HP keluaran meskipun HP yang saya miliki relatif masih baru.terbaru					
61	Saya segera membeli aksesoris perhiasan tanpa melihat manfaat dari barang tersebut					
62	Saya tidak memikirkan jumlah uang yang harus saya keluarkan untuk membeli baju yang saya sukai					
d	Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.					
63	Saya senang membeli baju baru meskipun hanya akan saya pakai sekali saja.					

64	Saya membeli jam tangan yang tidak saya sukai, karena takut dianggap pelit.					
65	Saya banyak membeli baju baru karena gengsi semata.					
e	Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model iklannya					
66	Saya senang mengenakan aksesoris, yang dipakai artis idola saya					
67	Model iklan selalu menjadi pertimbangan saya dalam membeli baju.					
68	Saya tidak bisa jika menggunakan asesoris yang tidak mencirikan artis favorit saya					
69	Ketika saya melihat sepatu yang di pakai artis idola saya, saya segera membelinya walaupun saya sudah memiliki banyak sepatu					
f	Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.					
70	Saya tidak tertarik dengan harga murah karena saya meragukan kualitasnya					
71	Saya percaya semakin mahal tas yang dibeli semakin tinggi status sosialnya					
72	Menurut saya keren tidaknya seseorang dapat dilihat dari harga baju yang digunakan					
g	Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merk berbeda)					
73	Saya menggunakan lebih dari 2 merek baju sejenis					
74	Saya tidak puas jika hanya menggunakan 1 merek sepatu saja					
75	Saya membeli lagi baju terbaru walaupun masih memiliki baju sejenis					

LAMPIRAN
HASIL ANALISIS DESKRIPTIF
UJI PERSYARATAN,
DAN ANALISIS REGRESI

Descriptives Statistic

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PerilakuKonsumtif	166	40.00	98.00	82.6867	7.27957
Peer Group	166	40.00	81.00	64.2651	7.09859
LiterasiEkonomi	166	45.00	85.00	64.0542	8.05230
Pengg. Medsos	166	36.00	73.00	45.9036	6.99197
Valid N (listwise)	166				

Frequencies

Statistics					
		PerilakuKonsumtif	Peer Group	LiterasiEkonomi	Penggunaan Medsos
N	Valid	166	166	166	166
	Missing	0	0	0	0

Frequency Table

PerilakuKonsumtif					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	40.00	1	.6	.6	.6
	55.00	2	1.2	1.2	1.8
	61.00	2	1.2	1.2	3.0
	69.00	5	3.0	3.0	6.0
	73.00	4	2.4	2.4	8.4
	74.00	6	3.6	3.6	12.0
	75.00	1	.6	.6	12.7
	77.00	2	1.2	1.2	13.9
	78.00	5	3.0	3.0	16.9
	79.00	4	2.4	2.4	19.3

	80.00	6	3.6	3.6	22.9
	81.00	6	3.6	3.6	26.5
	82.00	14	8.4	8.4	34.9
	83.00	16	9.6	9.6	44.6
	84.00	14	8.4	8.4	53.0
	85.00	20	12.0	12.0	65.1
	86.00	16	9.6	9.6	74.7
	87.00	13	7.8	7.8	82.5
	88.00	7	4.2	4.2	86.7
	89.00	9	5.4	5.4	92.2
	90.00	5	3.0	3.0	95.2
	91.00	2	1.2	1.2	96.4
	92.00	4	2.4	2.4	98.8
	98.00	2	1.2	1.2	100.0
	Total	166	100.0	100.0	

Peer Group					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	40.00	2	1.2	1.2	1.2
	49.00	2	1.2	1.2	2.4
	50.00	4	2.4	2.4	4.8
	53.00	1	.6	.6	5.4
	55.00	4	2.4	2.4	7.8
	56.00	6	3.6	3.6	11.4
	57.00	1	.6	.6	12.0
	58.00	3	1.8	1.8	13.9
	59.00	7	4.2	4.2	18.1
	60.00	23	13.9	13.9	31.9
	61.00	10	6.0	6.0	38.0
	62.00	12	7.2	7.2	45.2
	63.00	7	4.2	4.2	49.4
	64.00	5	3.0	3.0	52.4
	65.00	10	6.0	6.0	58.4
	66.00	5	3.0	3.0	61.4
	67.00	2	1.2	1.2	62.7
	68.00	17	10.2	10.2	72.9
	69.00	6	3.6	3.6	76.5
	70.00	7	4.2	4.2	80.7
71.00	8	4.8	4.8	85.5	
72.00	7	4.2	4.2	89.8	
73.00	6	3.6	3.6	93.4	
75.00	3	1.8	1.8	95.2	
76.00	1	.6	.6	95.8	

	77.00	1	.6	.6	96.4
	78.00	1	.6	.6	97.0
	80.00	3	1.8	1.8	98.8
	81.00	2	1.2	1.2	100.0
	Total	166	100.0	100.0	

LiterasiEkonomi					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	45.00	1	.6	.6	.6
	47.00	1	.6	.6	1.2
	49.00	4	2.4	2.4	3.6
	50.00	3	1.8	1.8	5.4
	51.00	3	1.8	1.8	7.2
	52.00	5	3.0	3.0	10.2
	53.00	5	3.0	3.0	13.3
	54.00	2	1.2	1.2	14.5
	55.00	1	.6	.6	15.1
	56.00	5	3.0	3.0	18.1
	57.00	4	2.4	2.4	20.5
	58.00	6	3.6	3.6	24.1
	60.00	17	10.2	10.2	34.3
	61.00	8	4.8	4.8	39.2
	62.00	3	1.8	1.8	41.0
	63.00	8	4.8	4.8	45.8
	64.00	5	3.0	3.0	48.8
	65.00	7	4.2	4.2	53.0
	66.00	9	5.4	5.4	58.4
	67.00	14	8.4	8.4	66.9
	68.00	11	6.6	6.6	73.5
	69.00	6	3.6	3.6	77.1
	70.00	7	4.2	4.2	81.3
	71.00	5	3.0	3.0	84.3
	72.00	3	1.8	1.8	86.1
	73.00	6	3.6	3.6	89.8
	74.00	2	1.2	1.2	91.0
	75.00	2	1.2	1.2	92.2
	76.00	3	1.8	1.8	94.0
	78.00	3	1.8	1.8	95.8
	80.00	2	1.2	1.2	97.0
	81.00	3	1.8	1.8	98.8
84.00	1	.6	.6	99.4	
85.00	1	.6	.6	100.0	
	Total	166	100.0	100.0	

Penggunaan Media Sosial					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	36.00	1	.6	.6	.6
	39.00	1	.6	.6	1.2
	40.00	4	2.4	2.4	3.6
	41.00	3	1.8	1.8	5.4
	42.00	2	1.2	1.2	6.6
	43.00	1	.6	.6	7.2
	45.00	2	1.2	1.2	8.4
	46.00	4	2.4	2.4	10.8
	47.00	4	2.4	2.4	13.3
	48.00	7	4.2	4.2	17.5
	49.00	3	1.8	1.8	19.3
	50.00	10	6.0	6.0	25.3
	51.00	9	5.4	5.4	30.7
	52.00	7	4.2	4.2	34.9
	53.00	8	4.8	4.8	39.8
	54.00	11	6.6	6.6	46.4
	55.00	4	2.4	2.4	48.8
	56.00	17	10.2	10.2	59.0
	57.00	7	4.2	4.2	63.3
	58.00	12	7.2	7.2	70.5
	59.00	6	3.6	3.6	74.1
	60.00	12	7.2	7.2	81.3
	61.00	6	3.6	3.6	84.9
	62.00	6	3.6	3.6	88.6
	63.00	2	1.2	1.2	89.8
	64.00	5	3.0	3.0	92.8
	65.00	1	.6	.6	93.4
	66.00	3	1.8	1.8	95.2
	67.00	3	1.8	1.8	97.0
	68.00	1	.6	.6	97.6
70.00	1	.6	.6	98.2	
71.00	1	.6	.6	98.8	
72.00	1	.6	.6	99.4	
73.00	1	.6	.6	100.0	
Total		166	100.0	100.0	

HASIL ANALISIS REGRESI

Regression

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	PenggunaanMedsos, Peer Group, LiterasiEkonomi ^b		Enter
a. Dependent Variable: P. Konsumtif			
b. All requested variables entered.			

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.793 ^a	.629	.594	2.25712
b. Predictors: (Constant), Pengg. Medsos, Peer Group, Literasi Ekonomi				
b. Dependent Variable: P. Konsumtif				

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	942.267	3	314.089	61.651	.000 ^b
	Residual	825.324	162	5.095		
	Total	1767.590	165			
a. Dependent Variable: P. Konsumtif						
b. Predictors: (Constant), Pengg. Medsos, Peer Group, LiterasiEkonomi						

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	57.029	1.424		40.044	.000
	Peer Group	.239	.031	.566	7.738	.000
	LiterasiEkonomi	-.174	.031	-.460	-5.613	.000
	Pengg. Medsos	.123	.031	.254	3.976	.000

a. Dependent Variable: P. Konsumtif

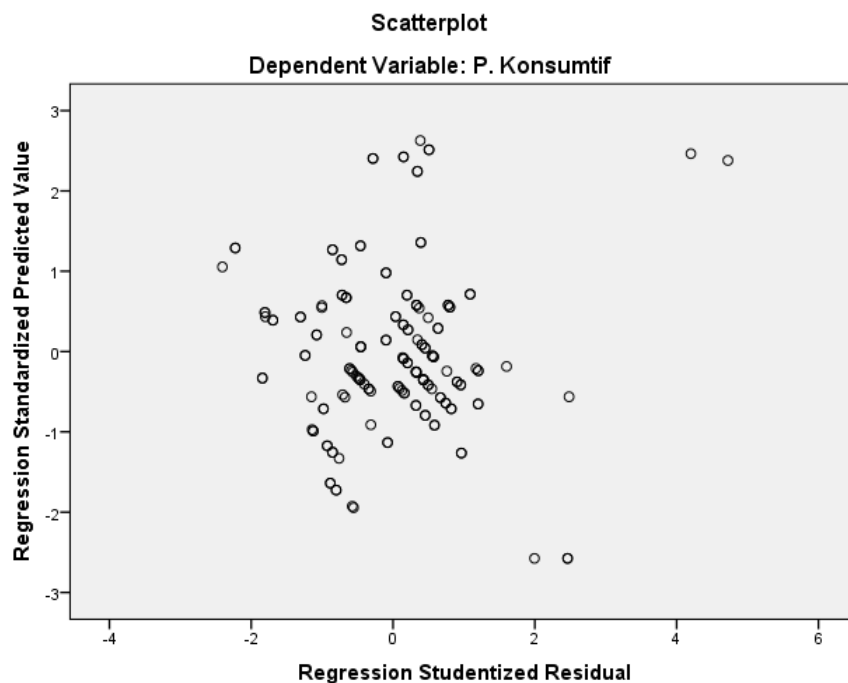
Coefficients ^a									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	57.029	1.424		40.044	.000			
	Per Group	.239	.031	.566	7.738	.000	.712	.539	.415
	LiterasiEkonomi	-.174	.031	-.460	5.613	.020	-.577	-.462	-.326
	Pengg. Medsos	.123	.031	.254	3.976	.000	.484	.314	.241

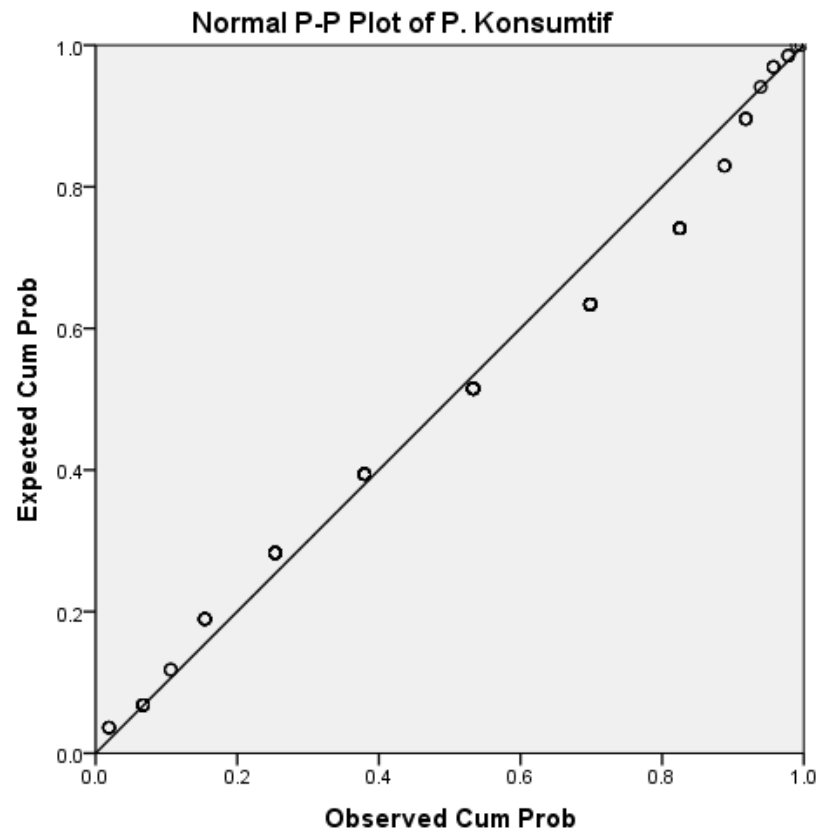
a. Dependent Variable: P. Konsumtif

Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	68.7256	81.1577	74.8795	2.38971	166
Std. Predicted Value	-2.575	2.627	.000	1.000	166
Standard Error of Predicted Value	.180	.709	.332	.113	166
Adjusted Predicted Value	68.1489	81.1077	74.8733	2.40164	166
Residual	-5.39721	10.43298	.00000	2.23651	166
Std. Residual	-2.391	4.622	.000	.991	166
Stud. Residual	-2.407	4.723	.001	1.010	166
Deleted Residual	-5.46739	10.89170	.00623	2.32625	166
Stud. Deleted Residual	-2.443	5.070	.005	1.031	166
Mahal. Distance	.050	15.269	2.982	2.969	166
Cook's Distance	.000	.245	.010	.034	166
Centered Leverage Value	.000	.093	.018	.018	166

a. Dependent Variable: P. Konsumtif

Charts





**Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
NPar Tests**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test					
		P. Konsumtif	Per Group	LiterasiEkonomi	Pengg. Medsos
N		166	166	166	166
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	74.8795	53.1265	52.3193	54.0542
	Std. Deviation	3.27302	7.74062	7.94987	7.56007
Most Extreme Differences	Absolute	.143	.108	.096	.079
	Positive	.143	.106	.096	.065
	Negative	-.090	-.108	-.060	-.079
Kolmogorov-Smirnov Z		1.844	1.394	1.237	1.013
Asymp. Sig. (2-tailed)		.172	.141	.094	.256
a. Test distribution is Normal.					
b. Calculated from data.					

Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif (Y) * Peer Group (X1)	(Combined)		971.884	16	121.486	13.364	.000
	Between Groups	Linearity	884.170	1	884.170	97.264	.000
		Deviation from Linearity	87.714	7	12.531	1.378	.209
	Within Groups		1272.652	150	9.090		
	Total		2244.537	166			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif (Y) * Literasi Ekonomi (X2)	(Combined)		429.322	18	53.665	4.139	.000
	Between Groups	Linearity	261.721	1	261.721	20.185	.000
		Deviation from Linearity	167.600	7	23.943	1.847	.183
	Within Groups		1815.215	148	12.966		
	Total		2244.537	166			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif (Y) * Penggunaan Media Sosial (X3)	(Combined)		1586.369	14	113.312	23.070	.000
	Between Groups	Linearity	1524.053	1	1524.053	310.290	.000
		Deviation from Linearity	62.316	13	4.794	.976	.278
	Within Groups		658.168	152	4.912		
	Total		2244.537	166			

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	57.029	1.424		40.044	.000		
	Per Group	.239	.031	.566	7.738	.000	.539	1.856
	LiterasiEkonomi	-.174	.031	-.460	-5.613	.000	.493	2.027
	Pengg. Medsos	.123	.031	.254	3.976	.000	.574	1.742
a. Dependent Variable: P. Konsumtif								

