



**PENGARUH STATUS SOSIAL EKONOMI ORANG TUA,  
KONFORMITAS, DAN LITERASI KEUANGAN  
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
SISWA IIS SMA NEGERI 1 BAE KUDUS  
DALAM PRESPEKTIF GENDER**

**SKRIPSI**

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

**Oleh**

**Ayun Romadloniyah**

**7101413335**

**JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG  
2019**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

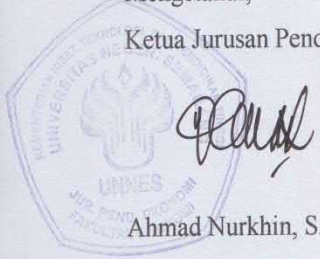
Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripsi pada:

Hari : Jum'at

Tanggal : 10 Juli 2018

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi,



Ahmad Nurkhin, S. Pd, M. Si

NIP. 198201302009121005

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Khasan Setiaji', written in a cursive style.

Khasan Setiaji, S.Pd, M.Pd

NIP. 198504022014041002

## PENGESAHAN KELULUSAN

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

Hari : *Senin*  
Tanggal : *19 Agustus 2019*

Penguji I

Dr. Kardoyo, M. Pd

NIP. 196205291986011001

Penguji II

Inaya Sari Melati, S. Pd, M. Pd

NIP. 198912182015042003

Penguji III

Khasan Setiaji, S. Pd., M. Pd.

NIP. 198504022014041002

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,



Drs. Heri Yanto, MBA, PhD

NIP. 196307181987021001

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ayun Romadloniyah

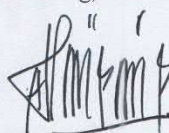
NIM : 7101413335

Tempat, Tanggal Lahir : Kudus, 12 Februari 1995

Alamat : Desa Loram Wetan RT 002 / RW 002, Gg Pondok, Jati,  
Kudus

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

Semarang, Juli 2019



Ayun Romadloniyah

NIM 7101413335

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

1. Memulai dengan penuh keyakinan  
Menjalankan dengan penuh keikhlasan  
Menyelesaikan dengan penuh kebahagiaan
2. *Where there is a life, there is a hope*  
*Hope is a dream that does't sleep*

### **PERSEMBAHAN**

Bersama rasa syukur yang tumpahruhan, penulis mendedikasikan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua, Ibu Rukanah dan Bapak Romli serta adik-adikku Nurul H. Ain, Dia M. Ruwaida. Yusrul Ihza, dan Septi Fitria.
2. Almamaterku Universitas Negeri Semarang.

## **PRAKATA**

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta sholawat dan salam kepada panutan umat Nabi Muhammad SAW sehingga Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, dan *Financial Literacy* terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 1 Bae Kudus dalam Prespektif Gender” telah tersusun dengan lancar. Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Jurusan Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Semarang.

Seiring dengan telah tersusunnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum., Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah mengizinkan penulis menyelesaikan pendidikan di Universitas Negeri Semarang.
2. Drs. Heri Yanto, MBA, PhD., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah mengesahkan skripsi ini.
3. Ahmad Nurkhin, S. Pd, M.Si., Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberi izin untuk mengadakan penelitian.
4. Khasan Setiaji, S.Pd, M.Pd., Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Dr. Kardoyo, M. Pd., Dosen Penguji I yang telah memberi banyak masukan demi lebih baiknya skripsi ini.
6. Inaya Sari Melati, S. Pd, M.Pd., Dosen Penguji II yang telah memberi banyak masukan demi lebih baiknya skripsi ini.
7. Kepala SMA Negeri 1 Bae Kudus yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melaksanakan penelitian.

8. Rokhis Setiawati, S.Pd, M. Pd dan Drs. Heru Kusmaryono, M.Pd, guru mata pelajaran ekonomi kelas X, XI, dan XII SMA Negeri 1 Bae Kudus yang telah bersedia membantu dan memberi informasi terkait penelitian.
9. Siswa-siswi SMA Negeri 1 Bae Kudus Tahun Ajaran 2017/2018 yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi angket penelitian.
10. Ayah, Ibu, dan saudara-saudaraku yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
11. Ais, Ica, Uca, Nisa, Bang Khudlori, Mbak Opi, Mbak Jannah, Ade, Dian yang senantiasa memberikan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
12. Park Jinyoung, Cho Kyuhyun, Oh Sehun, Jung Jaehyun, Choi Minho, Super Junior, Exo, WannaOne, Nct, Got7, Stray Kids karya mereka yang senantiasa menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Teman-teman rombongan belajar Pendidikan Ekonomi Koperasi B 2013 yang telah berjuang bersama dalam menuntut ilmu dan pengalaman.
14. Semua pihak yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu terselesainya penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir skripsi ini belum sempurna. Oleh karena itu, dengan tangan terbuka penulis menerima segala kritik dan saran dari pembaca guna perbaikan pada skripsi ini.

Semarang, Juli 2019



Penulis

## SARI

**Romadloniyah, Ayun.** 2019. “Pengaruh Status Sosial ekonomi Orang Tua, Konformitas, dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 1 Bae Kudus dalam Prespektif Gender”. *Skripsi*. Jurusan Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing: Khasan Setiaji, S. Pd, M.Pd.

**Kata Kunci: Perilaku konsumtif, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, Literasi Keuangan, dan Gender**

**Kata kunci: Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, Literasi Keuangan, Gender, Perilaku Konsumtif.**

Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan kecenderungan matrealistik. Berdasarkan hasil observasi awal menunjukkan perilaku konsumtif pada siswa SMA Negeri 1 Bae Kudus tergolong tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan status sosial ekonomi orang tua, konformitas, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 1 Bae Kudus, baik secara simultan maupun parsial

Populasi dalam penelitian ini siswa kelas XI IIS yang berjumlah 138 siswa, dengan sampel penelitian 91 siswa, dengan rincian 42 siswa laki-laki dan 49 siswa perempuan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data berupa angket dan tes. Metode analisis yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, analisis regresi linier berganda, dan uji beda.

Hasil penelitian ini diperoleh persamaan regresi  $Y = 1,529 + 0,353X_1 + 1,141X_2 + 0,377X_3$ . Status sosial ekonomi orang tua, konformitas, dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 1 Bae Kudus dengan kontribusi 58,6%, secara parsial status sosial ekonomi orang tua berpengaruh terhadap perilaku konsumtif sebesar 35,28%. Konformitas berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa sebesar 55,5%, dan literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 1 Bae Kudus. Selain itu berdasarkan hasil uji beda diperoleh rata-rata perilaku konsumtif siswa laki-laki sebesar 59,95 dan rata-rata perilaku konsumtif siswa perempuan sebesar 58,51.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan, bahwa secara simultan terdapat pengaruh status sosial ekonomi orang tua, konformitas, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 1 Bae Kudus. Sedangkan secara parsial hanya literasi keuangan yang tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa. Selain itu terdapat pengaruh perbedaan gender terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 1 Bae Kudus. Ada perbedaan perilaku konsumtif antara siswa laki-laki dan perempuan, siswa laki-laki sedikit cenderung lebih konsumtif dibandingkan dengan siswa perempuan. Saran yang berkaitan dengan penelitian ini bagi siswa, untuk lebih mengontrol diri agar tidak berperilaku konsumtif, juga dalam membelanjakan uangnya lebih mempertimbangkan prioritas kebutuhan bukan hanya keinginan.



## ABSTRACT

**Romadloniyah , Ayun .** 2019. *"Effect of Parents Socioeconomic Status, Conformity, and Financial Literacy toward Consumer Behavior of The Students in State Senior High School of 1 Bae Kudus In Gender Perspective "* . Final Project. Economic Education. Faculty of Economics. Universitas Negeri Semarang. Advisor: Khasan Setiaji , S.Pd., M.Pd

**Keywords: Parents Socio-Economic Status, Conformity, Financial Literacy, Gender, Consumptive Behavior.**

Consumptive behavior is the behavior of a person who is no longer based on rational considerations, but a materialistic tendency. Based on the results of earlier observations indicated the consumer behavior of students in state senior high school of 1 Bae Kudus was high. This research aimed to describe the socioeconomic status of parents , conformity , and financial literacy toward consumptive behavior of the students in state senior high school of 1 Bae Kudus , either simultaneously or partially.

The population in this research are students class of Eleventh Social Science , amounted 138 students, which research samples 91 students , the details are 42 students man and 49 students women . This research uses quantitative approach with data collection method in the form of questionnaire and test . The analytical method used is a descriptive statistical analysis , multiple linear regression analysis , and difference test .

The results of this research obtaine the regression equation  $Y = 1.529 + 0.353X_1 + 1.141 X_2 + 0,377 X_3$  . socio-economic status of parents, conformity , and financial literacy simultaneously influence consumer behavior of the students in state senior high school of 1 Bae Kudus which contribution 58.6%, social status economy of parents effect on consumer behavior as big as 35,28% partially. Conformity affects student's consumptive behavior by 55.5 % , and financial literacy doesn't give an effect on consumptive behavior of the students in state senior high school of 1 Bae Kudus . Besides that, based on results of difference test obtained the average behavior consumptive of the students man is 59 , 95 and average behavior consumptive of the students women is 58.51.

Based on the research results can be concluded, that on simultaneously there is an influence of socioeconomic status of parents, conformity , and financial literacy toward the consumptive behavior of the students in state senior high school of 1 Bae Kudus . While partially only financial literacy which has no effect on students' consumptive behavior . Besides that, there influence gender differences toward behavior consumptive of the students in state senior high school of 1 Bae Kudus. There is a difference behavior consumptive between the students man and women , the students man a little tend more consumptive compared students women . Suggestions related to this research for students is to be better to control themselves so that not to have consumptive behavior, also more consider in spending the money, the priority needs are not just the desire.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN .....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
PRAKATA.....	vi
SARI.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	14
1.3 Batasan Masalah.....	15
1.4 Perumusan Masalah.....	15
1.5 Tujuan Penelitian.....	16
1.6 Kegunaan Penelitian.....	17
1.6.1 Kegunaan Teoritis .....	17
1.6.2 Kegunaan Praktis .....	17
1.7 Orisinalitas Penelitian .....	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN .....	21
2.1 Teori Perilaku .....	21
2.2 Teori Perilaku Dorongan .....	21
2.3 Teori Perilaku Konsumen.....	22
2.4 Perilaku Konsumtif.....	25
2.4.1 Pengertian Perilaku Konsumtif .....	25
2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif.....	26

2.4.3 Indikator Perilaku Konsumtif .....	29
2.5 Status Sosial Ekonomi Orang Tua.....	31
2.5.1 Pengertian Status Sosial Ekonomi Orang Tua .....	31
2.5.2 Indikator Status Sosial Ekonomi Orang Tua .....	32
2.6 Konformitas.....	34
2.6.1 Pengertian Konformitas .....	34
2.6.2 Indikator Konformitas.....	36
2.7 <i>Financial Literacy</i> .....	39
2.7.1 Pengertian <i>Financial Literacy</i> .....	39
2.7.2 Indikator <i>Financial Literacy</i> .....	40
2.8 Gender .....	43
2.8.1 Konsep Gender.....	43
2.9 Kajian Pustaka dan Penelitian Terdahulu.....	45
2.10 Kerangka Berfikir.....	49
2.11 Hipotesis Penelitian.....	54
BAB III METODE PENELITIAN .....	55
3.1 Jenis dan Desain Penelitian .....	55
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	55
3.2.1 Populasi Penelitian.....	55
3.2.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	56
3.3 Variabel Penelitian .....	58
3.3.1 Variabel Dependen.....	58
3.3.2 Variabel Independen .....	59
3.3.2.1 Status Sosial Ekonomi Orang Tua.....	59
3.3.2.2 Konformitas .....	59
3.3.2.3 <i>Financial Literacy</i> .....	59
3.3.3 Variabel Kontrol .....	60
3.3.3.1 Gender.....	60
3.4 Teknik Pengambilan Data .....	60
3.5 Analisis Uji Instrumen Penelitian.....	61
3.5.1 Angket.....	62

3.5.1.1	Validitas .....	62
3.5.1.2	Reliabilitas .....	64
3.5.2	Tes .....	65
3.5.2.1	Validitas .....	65
3.5.2.2	Reliabilitas .....	66
3.5.2.3	Daya Pembeda .....	66
3.6	Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	68
3.6.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	68
3.6.2	Analisis Statistik Inferensial .....	71
3.6.2.1	Uji Asumsi Klasik .....	71
3.6.2.1.1	Uji Normalitas .....	71
3.6.2.1.2	Uji Linieritas .....	72
3.6.2.1.3	Uji Multikolonieritas .....	72
3.6.2.1.4	Uji Heteroskedastisitas .....	72
3.6.2.2	Uji Hipotesis .....	73
3.6.2.2.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	73
3.6.2.2.2	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t) .....	73
3.6.2.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	73
3.6.2.4	Koefisien Determinasi Simultan ( $R^2$ ) dan Parsial ( $r^2$ ) .....	74
3.6.3	Uji Beda .....	75
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>76</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	76
4.1.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	76
4.1.1.1	Deskripsi Variabel Perilaku Konsumtif.....	77
4.1.1.2	Deskripsi Variabel Status Sosial Ekonomi Orang tua .....	78
4.1.1.3	Deskripsi Variabel Konformitas .....	80
4.1.1.4	Deskripsi Variabel <i>Financial Literacy</i> .....	81
4.2	Uji Asumsi Klasik .....	82
4.2.1	Uji Normalitas .....	82
4.2.2	Uji Linieritas .....	84
4.2.3	Uji Multikolonieritas .....	85

4.2.4 Uji Heteroskedastisitas .....	86
4.3 Pengujian Hipotesis .....	87
4.3.1 Uji Simultan (Uji F).....	87
4.3.2 Uji Parsial (Uji t) .....	88
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	89
4.3.4 Analisis Koefisiensin Determinasi Simultan ( $R^2$ ).....	91
4.3.5 Analisis Koefisiensin Determinasi Parsial ( $r^2$ ).....	91
4.3.6 Uji Beda.....	93
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	96
4.4.1 Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, dan <i>Financial Literacy</i> terhadap Perilaku Konsumtif Siswa ...	96
4.4.2 Pengaruh Satus Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Siswa.....	97
4.4.3 Pengaruh Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif Siswa .....	99
4.4.4 Pengaruh <i>Financial Literacy</i> terhadap Perilaku Konsumtif Siswa	100
4.4.5 Pengaruh Perbedaan Gender terhadap Perilaku Konsumtif Siswa	101
BAB V PENUTUP.....	104
5.1 Simpulan.....	104
5.2 Saran .....	105
DAFTAR PUSTAKA .....	107
LAMPIRAN.....	111

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Alokasi Uang Saku Kelas X IIS dan XI IIS di SMA Negeri 1 Bae Kudus Bulan Februari 2017 .....	4
Tabel 1.2	Alokasi Uang Saku Kelas X IIS dan XI IIS di SMA Negeri 1 Bae Kudus Bulan Maret 2017 .....	4
Tabel 1.3	Alokasi Uang Saku Kelas X IIS dan XI IIS di SMA Negeri 1 Bae Kudus Bulan April 2017.....	5
Tabel 1.4	Pendapatan Orang Tua Siswa Perbulan .....	7
Tabel 1.5	Nilai Rata-rata UTS Mapel Ekonomi Kelas X IIS SMA Negeri 1 Bae Kudus Th. Ajaran 2016/2017.....	8
Tabel 1.6	Nilai Rata-rata UTS Mapel Ekonomi Kelas X IIS SMA Negeri 1 Bae Kudus Th. Ajaran 2016/2017.....	8
Tabel 2.1	Kajian Penelitian Terdahulu.....	46
Tabel 3.1	Populasi Penelitian.....	56
Tabel 3.2	Sampel Penelitian.....	58
Tabel 3.3	Penskoran Jawaban .....	61
Tabel 3.4	Hasil Analisis Validitas Perilaku Konsumtif .....	62
Tabel 3.5	Hasi Analisis validitas Status Sosial Ekonomi Orang Tua .....	63
Tabel 3.6	Hasil Analisis Validitas Konformitas .....	63
Tabel 3.7	Hasil Uji Reliabilitas Angket .....	64
Tabel 3.8	Hasil Analisis Validitas Tes <i>Financial Literacy</i> .....	65
Tabel 3.9	Hasil Uji Reliabilitas Tes <i>Financial Literacy</i> .....	66
Tabel 3.10	Analisis Daya Pembeda Butir Soal .....	67
Tabel 3.11	Kriteria Variabel Perilaku Konsumtif.....	69
Tabel 3.12	Kriteria Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua .....	69
Tabel 3.13	Kriteria Variabel Konformitas .....	70
Tabel 3.14	Kriteria Variabel <i>Financial Literacy</i> .....	70
Tabel 4.1	Statistik Deskriptif Perilaku konsumtif.....	77
Tabel 4.2	Deskripsi Variabel Perilaku Konsumtif .....	78
Tabel 4.3	Statistik Deskriptif Status Sosial Ekonomi Orang Tua.....	79

Tabel 4.4	Deskripsi Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua .....	79
Tabel 4.5	Statistik Deskriptif Konformitas .....	80
Tabel 4.6	Deskripsi Variabel Konformitas .....	80
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif <i>Financial Literacy</i> .....	81
Tabel 4.8	deskripsi Variabel <i>Financial Literacy</i> .....	82
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas dengan <i>Kolmogrov – sminov (K-S)</i> .....	83
Tabel 4.10	Hasil Uji Linieritas Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Siswa .....	84
Tabel4.11	Hasil Uji Linieritas Variabel Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif Siswa .....	84
Tabel 4.12	Hasil Uji Linieritas <i>Financial Literacy</i> terhadap Perilaku Konsumtif Siswa.....	85
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolonieritas .....	86
Tabel 4.14	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	86
Tabel 4.15	Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	88
Tabel 4.16	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	89
Tabel 4.17	Koefisien Determinasi Simultan .....	91
Tabel 4.18	Koefisien Determinasi Parsial.....	92
Tabel 4.19	Analisis Perilaku Konsumtif Berdasarkan Gender .....	93
Tabel 4.20	Deskripsi Variabel Perilaku Konsumtif Siswa Laki-laki .....	93
Tabel 4.21	Deskripsi Variabel Perilaku Konsumtif Siswa Perempuan.....	94
Tabel 4.22	Hasil Uji Beda menggunakan <i>Independent Sample t-test</i> .....	95

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	53
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas P-Plots .....	83
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot .....	86



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Angket Observasi Awal.....	112
Lampiran 2	Hasil Angket Data Awal.....	113
Lampiran 3	Pedoman dan Hasil Wawancara .....	119
Lampiran 4	Daftar Siswa Uji Coba Instrumen.....	124
Lampiran 5	Kisi-Kisi Uji Instrumen Angket Penelitian .....	125
Lampiran 6	Angket Uji Coba Penelitian.....	126
Lampiran 7	Data Tabulasi Uji Coba Instrumen Penelitian .....	136
Lampiran 8	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian .....	144
Lampiran 9	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	159
Lampiran 10	Daftar Sampel Penelitian.....	163
Lampiran 11	Kisi-Kisi Instumen Angket Penelitian.....	165
Lampiran 12	Instrumen Angket Peneitian .....	166
Lampiran 13	Tabulasi Data Penelitian.....	176
Lampiran 14	Statistik Deskriptif Variabel Perilaku Konsumtif Berdasarkan Indikator .....	192
Lampiran 15	Statistik Deskriptif Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua Berdasarkan Imdikator .....	193
Lampiran 16	Statistik Deskriptif Variabel Konformitas Berdasarkan Indikator .....	194
Lampiran 17	Statistik Deskriptif Variabel <i>Financial Literacy</i> Berdasarkan Indikator .....	195
Lampiran 18	Hasil Output SPSS.....	196
Lampiran 19	Surat Izin Observasi Awal.....	202
Lampiran 20	Surat Keterangan Obsevasi Awal .....	203
Lampiran 21	Surat Izin Penelitian .....	204
Lampiran 22	Surat Keterangan Penelitian .....	20

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Kehidupan manusia tidak lepas dari aktivitas konsumsi, karena pada dasarnya manusia memiliki berbagai tuntutan kebutuhan untuk menunjang proses kehidupan. Kegiatan konsumsi dapat menimbulkan permasalahan ketika manusia lebih mendahulukan keinginan dibandingkan dengan kebutuhan. Sehingga sering kali mereka mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan, atau dapat dikatakan sebagai perilaku konsumtif (Sembiring, 2008:2).

Sekarang ini perilaku konsumtif akan sangat mudah menjangkiti setiap orang termasuk juga remaja. Remaja merupakan salah satu kelompok sosial yang rentan terhadap perubahan pola konsumsi. Budaya konsumtif yang ada pada remaja tentunya tidak terlepas dari watak manusia sebagai makhluk yang hedonis dimana remaja memiliki rasa tidak puas akan segala sesuatu yang telah dimiliki. Perilaku konsumtif pada remaja berkembang menjadi sebuah gaya hidup tersendiri. Hal ini dipengaruhi oleh kebutuhan remaja yang semakin banyak serta munculnya gengsi masyarakat dan juga terhadap remaja lainnya. Bagi kebanyakan remaja, menganut gaya hidup konsumtif seperti ini merupakan cara yang paling tepat untuk dapat ikut masuk ke dalam kehidupan kelompok sosial yang diidamkan. Sembiring (2008: 5) menyatakan, keinginan ini cenderung menjadi kebutuhan semu, dalam memenuhi kebutuhan semu biasanya orang tidak tahu mengapa ia membutuhkannya.

Gaya hidup seseorang mampu mempengaruhi perilaku, termasuk dalam menentukan pilihan akan barang dan jasa yang akan menjadi konsumsinya. Dalam memilih produk yang akan dikonsumsi, seseorang akan mengasosiasikannya dengan gaya hidup yang menjadi pilihannya. Setiap hari akan selalu ada produk-produk baru yang muncul di pasaran baik itu peralatan elektronik, kosmetik, pakaian, dll. Untuk mendapatkan barang-barang tersebut manusia konsumtif akan rela melakukan dan mengorbankan berbagai hal agar dapat memilikinya. Fenomena ini akan menjadi lebih buruk ketika tidak hanya terjadi pada orang dewasa, tetapi juga terjadi pada orang di usia remaja (Sumartono, 2002).

Terkait gaya hidup nyatanya gender sangat berpengaruh. Dibandingkan remaja laki-laki, remaja perempuan jauh lebih cenderung untuk membeli bukan berdasarkan kebutuhan atau membeli barang-barang yang tidak mereka butuhkan (Meiranti, 2015).

Surendra (2014) menyatakan bahwa masa remaja merupakan periode / masa peralihan. Dalam setiap periode peralihan tersebut, status individu seseorang menjadi semu dan terdapat keraguan akan peran yang harus dilakukan. Remaja tidak lagi dapat disebut sebagai seorang anak kecil dan mereka juga belum dapat dikatakan sebagai orang dewasa. Namun di lain pihak status remaja yang tidak jelas ini mampu menguntungkan karena remaja dapat mencoba gaya hidup yang berbeda dan menentukan pola perilaku, nilai, dan sifat yang dianggap paling sesuai bagi dirinya. Remaja masa kini banyak sekali tekanan yang mereka dapatkan, mulai dari perkembangan fisiologi, ditambah dengan kondisi lingkungan dan sosial budaya serta perkembangan teknologi yang semakin pesat.

Remaja kini juga banyak terjebak dalam kehidupan konsumtif, seperti rela mengeluarkan uangnya untuk memenuhi keinginan bukan untuk memenuhi kebutuhan. Dalam kesehariannya, remaja menghabiskan uang mereka untuk membeli makanan, pakaian, perangkat elektronik, hiburan, dan lain sebagainya. Semua ini dilakukan remaja hanya untuk pamer dan mengikuti gengsi. Seperti diketahui bahwa masa remaja merupakan fase di mana mereka masih *labil*. Terkadang jika keinginannya tidak terpenuhi akan muncul rasa kecewa, marah, dan tingkah laku lainnya yang dapat merugikan diri remaja itu sendiri serta orang lain. Bahkan remaja akan melakukan segala upaya agar dapat memenuhi konsumsinya. Misalnya terdapat kasus remaja yang mencuri barang atau uang, bahkan tidak segan untuk menyelewengkan uang pembayaran sekolah untuk membeli barang yang diinginkannya. Hal ini dapat mengakibatkan munculnya masalah-masalah perilaku yang tidak sesuai, contohnya akan menimbulkan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif sendiri menggambarkan keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal (Tambunan, 2001).

Kasus-kasus dan fenomena-fenomena yang telah dijelaskan sebelumnya, merupakan kejadian yang sangat memprihatinkan dan timbul akibat dari adanya perilaku konsumtif di kalangan para remaja Indonesia. Kejadian-kejadian tersebut dapat ditemukan di lingkungan sekolah-sekolah yang ada di Indonesia, terutama di kota-kota besar. Hal tersebut di temukan pula pada siswa di lingkungan SMA Negeri 1 Bae Kudus. SMA Negeri 1 Bae Kudus merupakan satuan pendidikan yang berada di daerah administratif Kota Kudus dan dapat dikatakan berada di

wilayah yang cukup dekat dengan wilayah perkotaan dengan perkembangan teknologi, informasi, dan pergaulan yang cukup pesat sehingga dikhawatirkan dapat mempengaruhi perilaku para siswanya. Masalah ini didapat berdasarkan hasil observasi awal. Hasil observasi awal yang dilakukan pada bulan Februari sampai dengan bulan April menunjukkan masih banyaknya siswa yang berperilaku konsumtif. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata uang saku perbulan siswa kelas X dan XI IIS SMA Negeri 1 Bae Kudus berdasarkan Tabel 1.1 – tabel 1.3 berikut:

**Tabel 1.1**  
**Alokasi Uang Saku Siswa Bulan Februari 2017**

No	Kegunaan Uang Saku	Rata-rata	Defisit	Impas	Surplus
1	Jajan	279.575	55 Siswa 68,75 %	5 Siswa 6,25 %	20 Siswa 0.25
2	Transportasi	65.037,5			
3	Kebutuhan belajar	58.481,25			
4	Kebutuhan lain-lain	122.187,5			
<b>Total Kegunaan Uang Saku Per Bulan</b>		525.281,3			
<b>Total uang Saku Per Bulan</b>		447.725			
<b>Total</b>		-77.556,3			

Sumber data: data observasi yang diolah tahun 2017

**Tabel 1.2**  
**Alokasi Uang Saku Siswa Bulan Maret 2017**

No	Kegunaan Uang Saku	Rata-rata	Defisit	Impas	Surplus
1	Jajan	284.013	58 Siswa 72,5 %	3 Siswa 3,75 %	19 Siswa 23,75 %
2	Transportasi	66.412,5			
3	Kebutuhan belajar	59.106,25			
4	Kebutuhan lain-lain	124.062,5			
<b>Total Kegunaan Uang Saku Per Bulan</b>		533.594			
<b>Total uang Saku Per Bulan</b>		452.225			
<b>Total</b>		-81369			

Sumber data: data observasi yang diolah tahun 2017

**Tabel 1.3**  
**Alokasi Uang Saku Siswa Bulan Aril 2017**

No	Kegunaan Uang Saku	Rata-rata	Defisit	Impas	Surplus
1	Jajan	280.2	58 Siswa 72,5 %	4 Siswa 5%	18 Siswa 22,5 %
2	Transportasi	65.037,5			
3	Kebutuhan belajar	58.481,25			
4	Kebutuhan lain-lain	156.875			
<b>Total Kegunaan Uang Saku Per Bulan</b>		560.593,8			
<b>Total uang Saku Per Bulan</b>		447.725			
<b>Total</b>		-112.869			

Sumber data: data observasi yang diolah tahun 2017

Pada umumnya, orang tua memberi uang saku kepada anak ditujukan untuk jajan di sekolah. Namun, seorang siswa harus tetap mampu mengalokasikan uang saku yang diberikan oleh orang tua semisal dengan mengurangi pengeluarannya untuk jajan. Jika seorang siswa mampu mengurangi pengeluaran untuk jajan di sekolah, siswa tersebut tidak harus meminta tambahan uang saku lagi kepada orang tua untuk kebutuhan transport, belajar, dan lain-lain. Rapih (2016:15) menguraikan bahwa seseorang yang konsumtif serta mengalokasikan uangnya untuk hal-hal yang bersifat jangka pendek Berdasarkan Tabel 1.1 - tabel 1.3 dapat diketahui bahwa pengeluaran konsumsi siswa kelas X dan XI IIS di SMA Negeri 1 Bae Kudus untuk jajan lebih tinggi nilainya dibandingkan dengan pengeluaran siswa untuk kebutuhan belajar yang merupakan untuk investasi bagi masa depan. Selain itu siswa yang defisit lebih banyak jika dibandingkan dengan yang impas dan surplusnya dengan rata-rata uang saku perbulan.

Dari tabel diatas dapat dilihat total uang saku berdasarkan kategori jajan, transportasi, kebutuhan belajar, dan kebutuhan lain-lain. Walaupun penggunaan uang saku untuk jajan ini lebih tinggi dari pada untuk kegunaan yang lain, namun belum dapat mencerminkan bahwa siswa berperilaku konsumtif. Lebih lanjut peneliti melakukan wawancara kepada delapan orang siswa, empat orang dari kelas

X dan empat lainnya dari kelas XI. Dari hasil wawancara diperoleh hasil bahwa tujuh dari delapan siswa menyatakan kegunaan uang saku untuk jajan biasanya untuk membeli makan pada jam istirahat pertama atau kedua dan untuk membeli jajan seperlunya. Walaupun terkadang uang jajan mereka masih utuh atau sisa pun tidak digunakan sama sekali untuk kebutuhan belajar yaitu membeli LKS, memfotocopy buku-buku di sekolah karena biasanya untuk keperluan tersebut mereka meminta lagi kepada orang tuanya. Empat orang siswa dari kelas XI menyatakan bahwa selain digunakan untuk jajan di sekolah mereka juga sering menggunakan uang sakunya untuk jajan di luar setelah sepulang sekolah dengan teman sebangunnya untuk nongkrong di mall, café, atau tempat nongkrong lainnya. Salah satu siswa juga memperkuat perilaku konsumtif, karena ketika berbelanja di mall dia tidak bisa mengendalikan diri untuk tidak membeli barang. Barang ini seperti baju padahal sebelumnya dia sudah membeli baju di toko yang lain. Hal ini menjadi indikasi bahwa siswa berperilaku konsumtif.

Pendapat ini juga dikuatkan oleh enam dari delapan siswa yang menyatakan bahwa dirinya bersifat boros. Bahkan sering kali uang saku yang diberikan oleh orang tua kurang untuk setiap bulannya dan tidak jarang dari mereka yang meminta uang lebih lagi kepada orang tuanya.

Fakta di lapangan juga menunjukkan bahwa kebanyakan dari mereka berasal dari keluarga dengan ekonomi menengah ke atas, hal ini terlihat dari banyaknya motor dan mobil yang ada di tempat parkir.

#### **Tabel 1.4** **Pendapatan Orang Tua Siswa Perbulan**

No	Tingkat Pendapatan	Frekuensi	Presentase (%)
1	< Rp 1.500.00	7	8,75 %
2	Antara Rp 1.500.000 s/d Rp 2.500.00	27	33,75 %
3	Antara Rp 2.500.000 s/d Rp 3.500.00	20	25,00 %
4	> Rp. 3.500.00	26	32,50 %
Jumlah		80	100%

Sumber: Data primer observasi awal yang diolah

Tabel 1.4 menunjukkan bahwa 32,50 % dari 80 siswa siswa memiliki status sosial ekonomi yang tinggi. Menurut Wahyono (dalam Ana, 2011) perilaku konsumsi siswa tak lepas dari pengaruh status sosial ekonomi orang tua. Orang tua siswa berada di status sosial ekonomi atas cenderung memberikan uang saku yang berlebihan untuk anaknya dengan harapan anaknya tersebut membelanjakan uang sakunya untuk membeli kebutuhan sekolah. Hal ini sesuai hasil penelitian yang dilakukan oleh Suyani (2005) yang menyimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi siswa.

Tambunan (2001) menyatakan bahwa perilaku konsumtif pada remaja muncul karena remaja ingin menunjukkan bahwa mereka juga dapat mengikuti mode yang sedang beredar, ikut-ikutan teman, ingin tampak berbeda dengan orang lain dan cenderung tidak pernah puas dengan apa yang sudah dimilikinya. Perilaku konsumtif oleh kalangan remaja ataupun dewasa merupakan fenomena yang sedang terjadi pada saat ini.

Salah satu faktor yang mengakibatkan perilaku konsumtif dikalangan remaja yaitu *financial literacy* yang dimilikinya. Apabila *financial literacy* rendah maka perilaku konsumtif akan tinggi, lain halnya ketika *financial literacy* tinggi maka seharusnya perilaku konsumtif siswa akan rendah.

### **Tabel 1.5**



**Nilai Rata-rata UTS Mapel Ekonomi  
Kelas X IIS SMA N 1 Bae Kudus Th. Ajaran 2016/2017**

No	Kelas	Nilai Rata-rata
1	X IIS 1	80
2	X IIS 2	72
3	X IIS 3	89
4	X IIS 4	55

Sumber: data primer observasi 2017

**Tabel 1.6  
Nilai Rata-rata UTS Mapel Ekonomi  
Kelas XI IIS SMA N 1 Bae Kudus Th. Ajaran 2016/2017**

No	Kelas	Nilai rata-rata
1	XI IIS 1	79
2	XI IIS 2	73
3	XI IIS 3	84
4	XI IIS 4	57

Sumber: data primer observasi 2017

Berdasarkan tabel 1.5 hasil nilai UTS siswa kelas X yang melampaui batas KKM hanya 2 kelas, sedangkan menurut tabel 1.6 hasil UTS siswa kelas XI yang melampaui batas KKM juga hanya 2 kelas. Hal ini bisa dikatakan bahwa siswa kelas X dan XI IIS SMA Negeri 1 Bae Kudus memiliki *financial literacy* yang cukup rendah. Ketika seseorang memiliki *financial literacy* yang rendah maka kemungkinan melakukan perilaku konsumtif sangat tinggi.

Penelitian ini mengkaji khusus pada remaja dengan prespektif gender, karena begitu pentingnya periode pada masa remaja dalam menentukan kehidupan dimasa depan. Menurut Sumartono (2002) mengatakan bahwa perilaku konsumtif begitu dominan di kalangan remaja, baik laki-laki maupun perempuan. Karena secara psikologis, remaja masih berada dalam proses pembentukan jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar. Selain itu menurut Sukari (2013:159)

remaja antar umur 12 sampai 18 tahun seringkali berperilaku konsumtif karena pada usia tersebut merupakan masa peralihan dan pencarian identitas.

Peneliti memilih kelas XI IIS SMA Negeri 1 Bae Kudus sebagai objek penelitian karena paling sesuai dengan kriteria. Kelas X merupakan tahap awal atau penyesuaian dan belum terpengaruh dengan lingkungannya. Kelas XI adalah masa dimana siswa SMA merasa ingin melakukan banyak hal, lebih berorientasi pada lingkungan pergaulan dan selalu ingin mencoba hal baru. Dan kelas XII sudah mulai matang dan fokus mempersiapkan diri untuk ujian nasional dan mendaftar di perguruan tinggi.

Pertimbangan bahwa siswa IIS mendapatkan porsi lebih dalam pembelajaran ekonomi-akuntansi dibandingkan dengan dengan jurusan MIPA. Idealnya, apabila siswa mendapatkan porsi lebih pembelajaran tersebut seharusnya siswa dapat mengimplementasikan pembelajaran tersebut pada kehidupan sehari-hari.

Untuk memahami perilaku konsumtif, terlebih dahulu harus memahami perilaku konsumen. Ada dua kekuatan dari faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu kekuatan sosial budaya dan kekuatan psikologis. Hal ini sesuai dengan pendapat Stanton, 1981 (Mangkunegara, 2002: 5) yang menyatakan: *“sociocultural and psychological force which influence consumers’ buying behavior”*. Kekuatan sosial budaya terdiri dari faktor budaya, tingkat sosial, kelompok acuan (*small referensce group*), dan keluarga. Sedangkan kekuatan psikologis terdiri dari pengalaman belajar, kepribadian, sikap dan keyakinan, serta gambaran diri (*self-concept*). Hal ini senada dengan Khan (2006:29) yang

menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang konsumtif adalah faktor internal seperti motivasi, sikap, kepribadian, pembelajaran dan memori serta pemrosesan informasi. Sedangkan faktor eksternal dipengaruhi oleh budaya, kelas sosial, keluarga, individu, dan pengaruh lain seperti peristiwa atau kejadian yang pernah dialami.

Sebagai dugaan awal penyebab perilaku konsumtif siswa, terlebih dahulu mengumpulkan informasi awal melalui tahap wawancara kepada satu guru mata pelajaran Ekonomi / Akuntansi di SMA Negeri 1 Bae Kudus dan 8 siswa kelas X IIS dan XI IIS. Dari hasil wawancara tersebut, diperoleh informasi mengenai faktor-faktor yang menyebabkan Siswa SMA Negeri 1 Bae Kudus berperilaku konsumtif. Ada banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 1 Bae Kudus, yaitu faktor lingkungan tempat tinggal, pendapatan orang tua, status ekonomi keluarga, pola perlakuan orang tua, peran orang tua, sifat dari anak itu sendiri, pendidikan mata pelajaran ekonomi, pengetahuan mengenai keuangan dan konformitas teman sebaya, serta faktor karena keinginan sendiri. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan serta dari pendapat ahli, diperoleh faktor yang diduga berpengaruh kuat terhadap perilaku konsumtif pada siswa SMA Negeri 1 Bae Kudus. Diantaranya persepsi tentang status sosial ekonomi orang tua, konformitas teman sebaya dan pengetahuan tentang keuangan (*financial literacy*). Hal tersebut dapat dilihat dari kondisi-kondisi yang telah diuraikan diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif sebagai variabel dependen masih tinggi.

Status sosial ekonomi orang tua dalam keluarga tentu sangat berpengaruh terhadap perilaku membeli remaja, karena semakin tinggi pendapat orang tua

maka semakin besar kesempatan untuk membelanjakan uang hasil pemberian orang tua, begitupun sebaliknya. Semakin rendah pendapatan orang tua maka semakin kecil kesempatan untuk membelanjakan uang hasil pemberian orang tua (Sipunga, 2014:63)

Konformitas memberikan pengaruh dalam memilih cara berpakaian, hobi, perkumpulan (club) dan kegiatan sosial lainnya. Remaja sering dihadapkan pada penerimaan atau penolakan oleh teman sebayanya didalam pergaulan. Untuk menghindari penolakan teman sebayanya, remaja cenderung melakukan konformitas agar diterima baik didalam kelompok (Mappiare, 1982).

Pengetahuan tentang keuangan (*financial literacy*) yang dikaitkan dari hasil pembelajaran internal. Sipua (201:50) pembelajaran dapat diartikan sebagai pengetahuan individu untuk memahami suatu pengetahuan yang berhubungan dengan keuangan. *Financial literacy* ini seharusnya sudah diajarkan oleh orang tua, sekolah dan lingkungan sekitar baik secara langsung maupun tidak langsung, seperti pembelajaran untuk menabung, mengurangi jajan, dan lain sebagainya. Pada hakikatnya pendidikan ekonomi adalah mendidik para siswa agar besikap bijak menggunakan sumber daya yang terbatas dalam memenuhi kebutuhannya. Hal ini sejalan dengan kurikulum nasional untuk mata pelajaran ekonomi yang diterapkan di tingkat SMA. Beberapa standar kompetensi yang merujuk pada pendidikan keuangan seperti permasalahan ekonomi, perilaku konsumen dan produsen, pendapatan nasional, konsumsi dan investasi, seta uang dan perbankan. Pada kompetensi dasar mengenai deskripsi pola perilaku konsumen dapat dikaitkan dengan perilaku konsumen yang konsumtif. Dengan demikian seharusnya

pendidikan menghasilkan manusia yang bijak dalam melakukan konsumsi termasuk para remaja yang berstatus sebagai siswa SMA dengan asumsi lebih baik pengetahuannya tentang keuangan dibandingkan dengan remaja lainnya.

Secara logis memang sudah terbukti apabila status sosial ekonomi orang tua tinggi maka perilaku konsumtif akan tinggi. Apabila konformitas tinggi, maka pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif siswa akan tinggi, begitupun sebaliknya. Apabila *financial literacy* rendah maka perilaku konsumtif akan tinggi, lain halnya ketika *financial literacy* tinggi maka seharusnya perilaku konsumtif siswa akan rendah.

Meiranti (2015) gender sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Dibandingkan siswa laki-laki, siswa perempuan jauh lebih cenderung untuk membeli bukan berdasarkan kebutuhan atau membeli barang-barang yang tidak mereka butuhkan.

Penggunaan variabel status sosial ekonomi orangtua, konformitas, dan *financial literacy* dengan prespektif gender yang diduga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 1 Bae Kudus diperkuat dengan penelitian terdahulu seperti penelitian yang dilakukan oleh Sipunga (2014) dengan judul “Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja Di Tinjau Dari Pendapatan Orang Tua Pada Siswa-Siswi SMA Kesatrian 2 Semarang”. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu status sosial ekonomi orang tua orang tua tentu sangat berpengaruh terhadap perilaku membeli pada remaja, karena semakin tinggi pendapatan orang tua maka semakin besar kesempatan untuk membelanjakan uang pemberian dari orang tua, begitu pula sebaliknya. Semakin rendah pendapatan orang

tua maka semakin kecil kesempatan untuk membelanjakan uang hasil pemberian orang tua.

Penelitian mengenai perilaku konsumtif dengan objek siswa sebelumnya juga pernah dilakukan oleh Nurfarika (2015). Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu ada pengaruh positif peer group terhadap perilaku konsumtif siswa kelas X IIS dan XI IIS SMA NEGERI 7 Semarang Tahun Ajaran 2014/2015 secara parsial sebesar 40,70%. Penelitian lain yang dilakukan oleh Pulyadi (2015). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara gaya hidup dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada siswa SMA NEGERI 5 Samarinda.

Penelitian lain mengenai perilaku konsumtif juga dilakukan oleh Meiranti (2015). Hasil dari penelitian ini yaitu kemudahan berbelanja secara *online* menyebabkan munculnya perilaku konsumtif.. Seseorang dapat terpengaruh *online shop* dengan mudah. Perilaku konsumtif ini akan berbeda pada laki-laki dan perempuan. Dibandingkan laki-laki, perempuan jauh lebih cenderung untuk memiliki perilaku konsumtif. Perempuan kerap kali berbelanja tanpa dasar kebutuhan namun hanya sebatas keinginan.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, Dan *Financial Literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 1 Bae Kudus dengan Prespektif Gender”.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

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

1. Kalangan siswa merupakan salah satu kelompok sosial dalam masyarakat yang rentan terhadap pengaruh gaya hidup, *trend*, dan *mode* yang berlaku. Sehingga mendorong siswa untuk berperilaku konsumtif.
2. Terjadi pergeseran makna konsumsi siswa pada suatu barang yakni bukan karena manfaat atau kebutuhan namun menjadi sebuah alat pemuas keinginan.
3. Keinginan supaya dapat diterima di lingkungan teman sebaya mendorong siswa SMA Negeri 1 Bae Kudus berperilaku konsumtif.
4. Kebanyakan siswa di SMA Negeri 1 Bae berasal dari kalangan menengah ke atas berdasarkan tabel 2.4 sehingga mereka mempunyai kesempatan untuk melakukan tindakan konsumsi yang irrasional.
5. Berdasarkan tabel 2.5 *financial literacy* siswa Kelas XI masih cukup rendah, hal ini menyebabkan siswa dapat melakukan tindakan konsumsi yang irasional.
6. Perilaku konsumtif menyebabkan siswa SMA Negeri 1 Bae Kudus merasa uang saku yang diberikan orangtua masih kurang untuk memenuhi kebutuhannya.

### **1.3. Batasan Masalah**

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

1. Perilaku konsumtif siswa berkaitan dengan kecenderungan mahasiswa untuk melakukan konsumsi tiada batas, membeli sesuatu yang berlebihan dan membelanjakan uang sakunya secara tidak realistis.
2. Status sosial ekonomi orang tua adalah gambaran tentang keadaan orang tua yang ditinjau dari segi sosial ekonomi, hal ini mencakup antarlain tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, serta pendapatan orang tua siswa.
3. Konformitas dalam penelitian ini kekompakan, kesepakatan dan ketaan dalam interaksi kelompok teman sebaya.
4. *Financial literacy* dalam penelitian ini mencakup pengetahuan siswa tentang pengetahuan dasar, tabungan dan pinjaman, investasi, serta konsumsi.
5. Gender dalam penelitian ini berkaitan dengan perbedaan perilaku konsumsi antara siswa laki-laki dan perempuan.

#### **1.4. Perumusan Masalah**

Uraian latar belakang di atas menjadi acuan untuk mengambil beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh status sosial ekonomi orang tua, Konformitas, dan *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Bae Kudus ?
2. Apakah ada pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Bae Kudus?
3. Apakah ada pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Bae Kudus?



4. Apakah ada pengaruh *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Bae Kudus?
5. Apakah ada pengaruh gender terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS SMA Negeri 1 Bae Kudus?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang sudah dijelaskan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis adanya pengaruh tentang status sosial ekonomi orang tua, konformitas, dan *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Bae Kudus
2. Menganalisis adanya pengaruh tentang status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Bae Kudus
3. Menganalisis adanya pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Bae Kudus
4. Menganalisis adanya pengaruh *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Bae Kudus
5. Menganalisis adanya pengaruh gender terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS SMA Negeri 1 Bae Kudus

### **1.6. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini terdiri dari kegunaan teoritis dan manfaat praktis.

#### **1.6.1. Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai perilaku konsumtif remaja (siswa SMA) beserta faktor yang mempengaruhinya yaitu persepsi tentang status sosial ekonomi orang tua, konformitas dan *financial literacy*.

### **1.6.2. Kegunaan Praktis**

#### a. Bagi Siswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi bagi siswa sehingga dalam mengatasi perilaku konsumtif.

#### b. Bagi guru

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi bagi guru dalam mengarahkan siswa agar menghindari perilaku konsumtif melalui pembelajaran ekonomi-akuntansi.

#### c. Bagi pembaca

Dapat memberikan informasi dan pengetahuan mengenai pengaruh persepsi tentang status social ekonomi orang tua, konformitas dan *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif siswa, juga diharapkan dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya.

### **1.7. Orisinalitas Penelitian**

Untuk mengetahui sub-kajian yang sudah ataupun belum diteliti pada penelitian sebelumnya, maka perlu adanya upaya komparasi (perbandingan), apakah terdapat unsur-unsur perbedaan ataupun persamaan dengan konteks penelitian ini. Penelitian ini mengkaji perilaku konsumtif dari sudut pandang peneliti yang notabenehnya mahasiswa pendidikan ekonomi. Partisipan dalam penelitian ini adalah siswa kelas XI IIS SMA N 1 Bae Kudus.

Perbandingan dengan penelitian sebelumnya yang mengkaji perilaku konsumtif:

1. Pulya (2015) penelitian dengan judul Hubungan Gaya Hidup Dan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 5 Samarinda. Persamaan dengan penelitian tersebut berkaitan dengan fokus penelitian pada faktor perilaku konsumtif siswa, metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu objek penelitian siswa kelas XI SMAN 5 Samarinda sedangkan pada penelitian ini siswa kelas XI jurusan IIS serta pada penelitian ini variabel gaya hidup.
2. Dian Eka (2016) penelitian dengan judul *Factors Affecting Students' Economic Behavior*. Persamaan dengan penelitian tersebut berkaitan dengan fokus penelitian pada faktor perilaku konsumtif, metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaannya berkaitan dengan hasil penelitian yaitu status social ekonomi orang tua tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa dan literasi ekonomi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa.
3. Enrico (2014) dengan penelitian berjudul *The Factors That Influenced Consumptive Behavior: A Survey Of University Students In Jakarta*. Persamaan dengan penelitian tersebut berkaitan dengan Fokus penelitian pada faktor perilaku konsumtif, metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaannya berkaitan dengan objek

penelitian merupakan mahasiswa sedangkan penelitian ini adalah siswa SMA, serta pengaruh produk dan daya beli serta kepuasan pelanggan terhadap perilaku konsumtif seseorang.

4. Dikria (2016) dengan penelitian berjudul Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. Persamaan dengan penelitian tersebut berkaitan fokus penelitian pada faktor perilaku konsumtif, metode Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, instrument yang digunakan yaitu angket dan tes. Sedangkan perbedaannya berkaitan cakupan penelitian hanya mengenai pengaruh pengendalian diri, objek penelitian mahasiswa sedangkan dalam penelitian ini siswa SMA.
5. Meiranti (2015) penelitian dengan judul Pengaruh *Online Shop* pada Instagram terhadap Perilaku Konsumtif dengan Perspektif Gender. Persamaan dengan penelitian tersebut berkaitan dengan Fokus penelitian pada faktor perilaku konsumtif dengan perspektif gender, metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaannya berkaitan dengan pengaruh *online shop* pada instagram.
6. Ronaghi *et al* (2017) penelitian dengan judul *Survey of Effects of Gender on Consumer Behavior; Case Study on Mobile Phone*. Persamaan dengan penelitian tersebut berkaitan dengan Fokus penelitian pada faktor perilaku konsumtif, metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaannya berkaitan dengan pengaruh gaya hidup.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN**

#### **2.1. Teori Perilaku**

Perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan yang dilakukan individu dalam bentuk reaksi individu maupun kelompok yang dipengaruhi oleh lingkungan sehingga muncul adanya sebuah rangsangan (KBB). Perilaku juga dapat diartikan suatu yang dilakukan, dikatakan, dipikirkan dan dirasakan oleh individu dengan tanpa memperhatikan apakah itu mempunyai tujuan atau arti bagi individu. Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan Ajzen (2006) menyatakan bahwa perilaku manusia terlebih dahulu dipengaruhi oleh minat (*behavior intenstion*). Minat akan dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma objektif (*subjective norms*), dan kontrol perilaku (*percieved behavioral control*) yaitu bagaimana konsumen memiliki persepsi terhadap pengendalian perilaku.

#### **2.2. Teori Perilaku Dorongan**

Perilaku manusia tidak dapat lepas dari keadaan individu itu sendiri dan lingkungan di mana individu itu berada (Bimo, 2004 : 15). Perilaku seseorang dimulai dengan adanya suatu motivasi yang menggerakkan individu dalam mencapai suatu tujuan. Ada beberapa teori mengenai perilaku manusia yang tidak dapat lepas dari keadaan individu itu sendiri dan lingkungan dimana individu itu berada. Salah satu teori perilaku yang berkaitan dengan penelitian ini adalah teori dorongan (*drive theory*). Hull (dalam Rezki, 2013 : 30) menyatakan bahwa:

*“Teori perilaku bertolak pada pandangan bahwa setiap organisme memiliki dorongan-dorongan atau drive tertentu. Dorongan-dorongan tersebut berkaitan dengan kebutuhan-kebutuhan organisme yang mendorong organisme berperilaku. Bila organisme berperilaku dan dapat memenuhi kebutuhannya, maka akan terjadi pengurangan atau reduksi dari dorongan-dorongan tersebut”*

Berdasarkan teori diatas dapat dijelaskan bahwa manusia berperilaku konsumtif karena mendapatkan dorongan dari lingkungannya untuk mengkonsumsi barang secara berlebihan, tidak sesuai dengan kebutuhan dasarnya. Kata “*drive*” atau dorongan ini lah yang menjadi motivasi bagi individu atau masyarakat dalam berperilaku konsumtif. Selain itu teori Hull tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa motivasi seseorang sangat ditentukan oleh kebutuhan dalam dirinya (*drive*) dan faktor kebiasaan (*habit*) pengalaman belajar sebelumnya. Contohnya seorang konsumen merasa puas membeli suatu barang di toko A, maka pengalamannya itu akan menjadi kekuatan motivasinya untuk berbelanja di toko A tersebut (Anwar, 2002: 14).

### **2.3. Teori Perilaku Konsumen**

Terdapat beberapa pendapat mengenai perilaku konsumen. Menurut Engel (1990) perilaku konsumen merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk barang dan jasa., termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Disamping itu Kotler dan Armstrong, Simamora (2008) menjelaskan perilaku konsumen sebagai perilaku pembelian konsumen akhir, baik individu maupun rumah tangga yang membeli produk untuk konsumsi personal. Sementara itu menurut The American Marketing Assosiation (Setiadi, 2008) medefinisikan perilaku konsumen sebagai berikut:

Perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara afeksi, kognisi, perilaku, dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka.

Dari definisi tersebut diatas terdapat tiga ide penting, yaitu: (1) Perilaku konsumen adalah dinamis; (2) hal tersebut melibatkan interaksi antara afeksi dan kognisi, perilaku dan kejadian disekitar, serta (3) Hal tersebut melibatkan pertukaran.

Solomon (2006: 7) mendefinisikan bahwa:

*consumer behaviour is the study of the processes involved when individuals or groups select, purchase, use or dispose of products, services, ideas or experiences to satisfy needs and desires.*

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

Bray (2008) berpendapat bahwa mempelajari pendekatan perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti persepsi sosial, pengaruh sosial, penghargaan sosial, teman sebaya, sanksi sosial, dll. Memahami perilaku konsumen dapat dilihat dari beberapa pendekatan, yaitu *Economic Man*, *Psychodynamic*, *Behaviourist*, *Cognitive* dan *Humanistic*.

#### **a. Pendekatan *Economic Man***

*Economic Man* merupakan satu pendekatan dalam memahami perilaku konsumen untuk berperilaku rasional dalam arti ekonomi, pendekatan ini memberikan saran kepada konsumen, konsumen harus menyadari semua pilihan konsumsi yang tersedia, baik tindakan alternatif dan tindakan yang optimal.

**b. Pendekatan *Psychodynamic***

*Psychodynamic* merupakan suatu pendekatan yang memandang bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor biologis melalui kekuatan naluri yang bertindak di luar pikiran sadar. Prinsip utama dari pendekatan ini adalah biologis, individu, atau rangsangan lingkungan.

**c. Pendekatan *Behaviourist***

*Behaviourist* merupakan pendekatan yang memandang bahwa perilaku manusia akan berkembang berdasarkan stimulus yang diterimanya dari lingkungan sekitar. Prinsip dari pendekatan ini adalah prinsip kebaruan (*recency principle*) dan prinsip frekuensi (*frequency principle*).

**d. Pendekatan *Cognitive***

*Cognitive* merupakan pendekatan yang mengamati tindakan (perilaku) untuk kognisi intrapersonal. Dalam pendekatan ini, perilaku konsumen dipengaruhi oleh lingkungan dan pengalaman sosial.

**e. Pendekatan *Humanistic***

*Humanistic* merupakan pendekatan yang berusaha untuk mengeksplorasi konsep instropektif konsumen. Dalam pendekatan ini, perilaku konsumen dipengaruhi oleh peran emosi dalam pengambilan keputusan.

Teori *consumer behavior* dalam penelitian ini mengimplikasikan bahwa siswa (konsumen) dalam memilih, membeli, menggunakan barang dan jasa harus berdasarkan kebutuhan bukan berdasar keinginan. Teori ini jika diterapkan akan membantu siswa dalam mencegah perilaku konsumtif. Pendekatan economic man dalam *consumer behavior theory* dapat membantu siswa untuk berperilaku rasional



dalam kehidupan sehari-hari. Hakikat dari pendidikan ekonomi adalah mendidik para siswa agar bersikap bijak menggunakan sumber daya yang terbatas dalam memenuhi kebutuhannya. Hal ini sejalan dengan kurikulum nasional untuk mata pelajaran ekonomi yang diterapkan di tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA). Pada pembelajaran ekonomi diajarkan mengenai hakekat manusia sebagai makhluk ekonomi dengan pembelajaran mengenai tindakan ekonomi yang rasional, motif dan prinsip ekonomi serta kegiatan/tindakan ekonomi sehari-hari yang berdasarkan motif dan prinsip ekonomi. Selanjutnya dalam pembelajaran ekonomi juga membahas masalah konsumsi. Dengan demikian, maka seharusnya pendidikan ekonomi dapat menghasilkan manusia-manusia yang bijak dalam melakukan konsumsi termasuk para remaja yang berstatus sebagai siswa dengan asumsi lebih baik pengetahuannya dibandingkan dengan para remaja lainnya.

## **2.4. Perilaku Konsumtif**

### **2.4.1. Pengertian Perilaku Konsumtif**

Terdapat beberapa pendapat mengenai perilaku konsumtif. Dikutip dari situs resmi Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), konsumtivisme merupakan paham hidup konsumtif. Sifat konsumtif dalam diri seseorang tidak akan berhenti begitu saja, sifat ini akan bergerak untuk kepuasan nafsu (Zuly 2013). Pendapat lainnya dikemukakan oleh Sembiring (2008) yang menyatakan konsumtif adalah sebuah perilaku berkonsumsi yang boros, berlebihan, dan dapat diartikan sebagai gaya hidup yang bermewah-mewah.

Perilaku konsumtif erat kaitannya dengan konsumsi impulsif (*impulsive consumption*). Konsumsi impulsif merupakan pembelanjaan yang berulang-ulang,

sering berlebihan, sebagai penawar ketegangan, kecemasan, depresi, kebosanan, dan terjadi akibat dorongan keinginan (Solomon, 2004: 31).

Berdasarkan pendapat mengenai perilaku konsumtif di atas, yang dimaksud perilaku konsumtif dalam penelitian ini yaitu tindakan siswa dalam mengonsumsi barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan sehingga menimbulkan pemborosan dan pengeluaran yang tidak tepat guna. Dalam hal ini remaja, sering kali tidak dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Solomon (2004: 23) menyatakan, kebutuhan adalah dorongan biologis dasar yang harus dipenuhi untuk mempertahankan kelangsungan hidup, sedangkan keinginan menggambarkan hasrat manusia yang berkaitan dengan kepuasan sementara.

Sembiring (2008) menyatakan, keinginan ini cenderung menjadi kebutuhan semu, dalam memenuhi kebutuhan semu biasanya orang tidak tahu mengapa ia membutuhkannya. Dorongan untuk membeli dan menggunakannya tidak sungguh-sungguh timbul dari dalam dirinya sendiri, melainkan hanya sekedar melihat orang lain melakukan hal tersebut.

#### **2.4.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif**

Konsumtif merupakan perilaku yang dilakukan manusia pada umumnya. Perilaku tersebut dipengaruhi oleh berbagai hal, misalnya saja usia, pendidikan, tingkat kebutuhan, dan lain-lain. Beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif menurut Ferrinadewi (2008: 100) yaitu iklan yang disukai, atmosfer tempat pertukaran yang nyaman, atau stimuli lainnya. Sementara Sunyoto (2014: 6) menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang konsumtif yaitu:

## 1. Faktor Eksternal

- a. Kebudayaan, adalah keseluruhan system gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik dari manusia dengan belajar.
- b. Kelas sosial, kelompok yang memiliki status sosial yang sama di masyarakat, seperti pendapatan, pendidikan, jabatan, tempat tinggal, dan sebagainya.
- c. Keluarga, kelompok primer yang terpenting dan sumber yang paling kuat mempengaruhi perilaku seseorang.
- d. Kelompok referensi, kelompok yang menjadi ukuran seseorang untuk membentuk kepribadian perilakunya.
- e. Kelompok sosial, yaitu kelompok yang terdiri dari hubungan, sikap, dan ketertarikan yang sama. Kelompok ini akan kuat pengaruhnya jika seseorang memiliki intensitas interaksi yang tinggi didalamnya.

## 2. Faktor Internal

- a. Motivasi, yaitu dorongan kebutuhan dan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh suatu kepuasan.
- b. Persepsi, proses dimana seseorang memilih dan mengorganisasikan serta menciptakan suatu gambaran yang berarti.
- c. Belajar, menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalam. Hasil belajar ini akan memberikan tanggapan tertentu.
- d. Kepribadian dan konsep diri, kualitas mental, fisik, moral, dan karakteristik manusia yang menggambarkan siapa mereka sebenarnya.

- e. Kepercayaan dan sikap, suatu pikiran deskriptif yang dianut seseorang serta bagaimana seseorang merespon terhadap stimulus yang diberikan. Sikap seseorang banyak dipengaruhi oleh pembelajaran terhadap lingkungan sekitar.

Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Faktor-faktor tersebut diduga mempengaruhi perilaku konsumtif manusia. Faktor yang relevan dalam penelitian ini yaitu:

1. Faktor eksternal kelas sosial yang dikaitkan dengan status sosial ekonomi orang tua di masyarakat seperti pendapatan, pendidikan, dan pekerjaan. Orang tua dengan status sosial ekonomi tinggi di masyarakat akan cenderung mempengaruhi perilaku konsumtif siswa dalam mengonsumsi barang dan jasa.
2. Faktor sosial kelompok referensi dan kelompok sosial yang dikaitkan dengan konformitas. Konformitas kelompok sosial dan kelompok referensi, merupakan faktor dari luar individu yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Konformitas dalam kelompok teman sebaya (*peer group*) yang didasari adanya kesamaan satu dengan yang lain, seperti usia, kebutuhan, hobi dan tujuan.
3. Faktor internal persepsi dan bejar yang dikaitkan dengan pembelajaran ekonomi-akuntansi siswa di sekolah. Pembelajaran merupakan salah satu bentuk stimulus yang dapat merangsang respon siswa. Siswa akan memproses informasi yang diperoleh dari pembelajaran tersebut kemudian akan menyimpannya dalam memori. Pengetahuan ekonomi-akuntansi mengenai pendidikan keuangan (*financial literacy*) yang sudah tersimpan dapat

digunakan ketika siswa akan mengambil tindakan terkait kegiatan konsumsi dan keuangannya.

4. Faktor eksternal budaya serta faktor internal kepribadian dan kosep diri yang dikaitkan dengan gender. Gender merupakan konsep sosial yang membedakan peran antara laki-laki dan perempuan yang dibentuk oleh faktor-faktor sosial maupun budaya.

Pemilihan faktor-faktor tersebut berlandaskan pada teori behaviorisme yang menyatakan perilaku manusia hanya dapat diamati dan diukur melalui stimulus yang tampak dari luar, karena faktor dari dalam individu seperti motivasi dan kepribadian sulit diamati secara langsung (Chaer, 2009: 87). Hasil wawancara dan angket yang telah dikemukakan pada latar belakang, memberikan informasi yang mengarah pada dugaan faktor yang cukup tinggi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS SMA Negeri 1 Bae Kudus adalah Status sosial ekonomi orang tua, konformitas teman sebaya dan pengetahuan keuangan (*financial literacy*).

#### **2.4.3. Indikator Perilaku Konsumtif**

Konsumtif merupakan perilaku dimana timbulnya keinginan untuk membeli barang yang kurang diperlukan untuk memenuhi kepuasan pribadi. Keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Perilaku konsumtif tidak lepas dari masalah proses keputusan pembelian dalam kehidupan sehari-hari. Indikator perilaku konsumtif menurut Khan (2006: 133) diantaranya:

1) Konsumen melakukan pembelian hanya berdasar keinginan. 2) Konsumen tidak melakukan perencanaan pembelian. 3) Konsumen melakukan pembelian tanpa didasari rasionalitas akan nilai suatu produk.

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

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah.
2. Membeli produk karena kemasannya menarik
3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dari gengsi.
4. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).
5. Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status.
6. Memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk.
7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.
8. Mencoba lebih dari 2 produk sejenis (merk berbeda).

Sembiring (2008:2) menyatakan ciri-ciri konsumen yang konsumtif yaitu:

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

Perilaku konsumtif konsumen dapat dilihat dari berbagai ciri-ciri di atas. Dalam penelitian ini indikator yang digunakan untuk menjelaskan perilaku

konsumtif mengambil dari ciri-ciri konsumen yang konsumtif menurut Sembiring (2008).

## **2.5. Status Sosial Ekonomi Orang Tua**

### **2.5.1. Pengertian Status Sosial Ekonomi Orang Tua**

Manusia dilahirkan memiliki kedudukan yang sama, akan tetapi sesuai dengan kenyataannya setiap manusia yang menjadi bagian suatu masyarakat, senantiasa mempunyai kedudukan dan peranan yang berbeda. Status sosial didefinisikan sebagai satu rangkaian tingkat posisi sosial, dimana tiap anggota dari tingkatan menempati posisinya, atau sejumlah kelompok yang membagi-bagi kelompoknya dalam beberapa strata tingkatan (Nitisusastro 2012:102). Faktor yang membedakan status sosial yang paling menonjol dalam kelompok masyarakat adalah tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan tingkat penghasilan (Nitisusastro 2012:103).

Status sosial menurut Sumarwan (2011) disamakan dengan kelas sosial yaitu pembagian masyarakat kedalam kelas-kelas yang berbeda atau strata yang berbeda. Perbedaan kelas atau strata akan menggambarkan perbedaan pendidikan, pendapatan, pemilikan harta benda, gaya hidup, dan nilai-nilai yang dianut. Perbedaan-perbedaan tersebut akan mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang atau keluarga. Sedangkan suryani (2008) kelas sosial didefinisikan sebagai pembagian anggota masyarakat kedalam hierarki kelas-kelas status yang berbeda, sehingga anggota dari setiap kelas yang relative sama mempunyai kesamaan.

Soekanto (2007) menjelaskan status sosial atau disebut kedudukan merupakan tempat seseorang secara umum dalam masyarakatnya sehubungan

dengan orang-orang lain, dalam arti lingkungan pergaulan, prestisenya dan hak-hak serta kewajibannya dalam pergaulan atau interaksi seseorang dan keprestisannya tergantung pada aspek status sosial.

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

### **2.5.2. Indikator Status Sosial Ekonomi Orang Tua**

Santrok (2007) mendefinisikan status sosial ekonomi adalah pengelompokan orang-orang berdasarkan kesamaan karakteristik pekerjaan, pendidikan, dan ekonomi. Sedangkan suryani (2008) untuk mengukur kelas sosial terdapat variabel yang sering digunakan sebagai indikator untuk mengukur kelas sosial, antara lain: pekerjaan, pendapatan, dan tingkat pendidikan. Sebagai pelengkap digunakan beberapa variabel lain dalam mengukur kelas sosial antara lain lokasi tempat tinggal, banyaknya investasi yang dimiliki, kepemilikan mobil, kepemilikan tanah, dan lain-lain. Disisi lain Sumarwan (2011) menyatakan bahwa status sosial ekonomi dilihat dari pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan.

Menurut Soekanto (2012: 209) hal – hal yang mempengaruhi status sosial ekonomi antara lain sebagai berikut.

1. Ukuran kekayaan, semakin kaya seseorang, maka akan tinggi tingkat status seseorang dalam masyarakat.
2. Ukuran kekuasaan, semakin tinggi dan banyak wewenang seseorang dalam masyarakat, maka semakin tinggi tingkat status ekonomi seseorang tersebut.



3. Ukuran kehormatan, orang yang disegani di masyarakat akan ditempatkan lebih tinggi dari orang lain dalam masyarakat.
4. Ukuran ilmu pengetahuan, ilmu pengetahuan sebagai ukuran dipakai oleh masyarakat yang menghargai ilmu pengetahuan.

Dalam penelitian ini indikator merujuk pada Suryani (2010) yang menyatakan bahwa ukuran status ekonomi adalah pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan.

#### 1. Pendidikan

Pendidikan akan menentukan pekerjaan seseorang. Orang yang berpendidikan tinggi biasanya akan memperoleh pekerjaan yang baik, dan pekerjaan yang baik akan mendatangkan pendapatan yang baik pula. Beberapa profesi seperti dokter, pengacara, akuntan, ahli laboran memerlukan syarat pendidikan formal agar bisa bekerja sebagai profesi tersebut (Sumarwan, 2011:266). Pekerjaan atau profesi pada anggota keluarga bisa diamati dari tingkat pendidikan yang dicapainya, untuk mengukur tingkat pendidikan Badan Pusat Statistik membagi dalam kategori yaitu (BPS 2015): (1)SD/MI; (2)SMP/MTS; (3)SMA/SMK; (4)Diploma I/II/III; dan (5)Universitas

#### 2. Pendapatan

Pendapatan akan menentukan daya beli seseorang, yang selanjutnya akan mempengaruhi pola konsumsi. Semakin tinggi pendapatan seseorang maka semakin besar peluangnya dia masuk ke dalam kategori kelas atas.

#### 3. Pemilikan kekayaan

Pendapatan seseorang akan mempengaruhi pembelian seseorang dan akan mempengaruhi pola konsumsi. Semakin tinggi pendapatan maka akan semakin besar peluangnya untuk masuk kedalam kategori kelas atas. Pendapatan yang tinggi biasanya diikuti oleh pemilikan harta benda yang banyak. Di pedesaan pemilikan sawah, kebun, ladang, ternak yang banyak dan rumah yang besar merupakan simbol pemilikan dari kelas atas masyarakat tersebut. Dipertanian, rumah, kendaraan, tanah, perhiasaan, surat-surat berharga, dan benda-benda seni adalah simbol pemilikan dari kelas atas. Dimana ia tinggal akan menentukan kelas sosial seseorang.

Apabila perekonomian cukup, lingkungan materil yang dihadapi anak di dalam keluarganya lebih luas seperti ia mendapat kesempatan yang lebih luas untuk mengembangkan bermacam-macam kecakapan hidup yang tidak dapat ia perembangkan apabila tidak ada alat-alatnya, selain itu hubungan sosial antara seorang anak dengan orangtuanya juga mempengaruhi perkembangan kecakapan hidup seorang anak. Dapat dikatakan bahwa status sosial ekonomi bersifat relatif sehingga tidak dapat disamakan antara kelompok masyarakat yang satu dengan masyarakat yang lain.

## **2.6. Konformitas**

### **2.6.1. Pengertian Konformitas**

Sarwono (1995:206) mendefinisikan konformitas sebagai usaha dari individu untuk selalu selaras dengan norma-norma yang diharapkan oleh kelompok.

Sears (1994:76) berpendapat bahwa bila seseorang menampilkan perilaku tertentu karena disebabkan oleh karena orang lain menampilkan perilaku tersebut,

disebut konformitas. Menurut Baron dan Byrne (1994: 206) konformitas remaja adalah penyesuaian perilaku remaja untuk menganut pada norma kelompok acuan, menerima ide atau aturan-aturan yang menunjukkan bagaimana remaja berperilaku.

Myers (2010) menyatakan bahwa konformitas merupakan perubahan perilaku remaja sebagai akibat dari tekanan kelompok. Terlihat dari kecenderungan remaja untuk selalu menyamakan perilakunya dengan kelompok acuan sehingga terhindar dari celaan maupun keterasingan. Hal tersebut membuat remaja cenderung memperhatikan penampilannya agar dapat diterima oleh kelompoknya. Berbagai usaha dilakukan remaja agar dapat tampil dan diterima oleh kelompoknya. Keterikatan dengan kelompok teman sebaya mempengaruhi perilaku remaja, dan norma yang ada dalam kelompok menyebabkan remaja menjadi konform dengan temannya.

Konformitas terhadap kelompok teman sebaya ternyata merupakan suatu hal yang paling banyak terjadi pada masa remaja. Agar remaja dapat diterima dalam kelompok acuan maka penampilan fisik merupakan potensi yang dimanfaatkan untuk memperoleh hasil yang menyenangkan yaitu merasa terlihat menarik atau merasa mudah berteman.

Zebua dan Nurdjayadi (2001:75) mengemukakan bahwa konformitas pada remaja umumnya terjadi karena mereka tidak ingin dipandang berbeda dengan teman-temannya. Pada remaja, tekanan teman sebaya lebih dominan. Hal ini disebabkan oleh besarnya keinginan untuk menjaga harmonisasi dan penerimaan sosial dalam kelompok.

Baron dan Byrne (1994:208) berpendapat bahwa seseorang melakukan konformitas terhadap kelompok hanya karena perilaku individu didasarkan pada harapan kelompok atau masyarakat. Berk dalam Zebua dan Nurdjayadi (2001:75) menambahkan bahwa konformitas terhadap kelompok teman sebaya ternyata merupakan suatu hal yang paling banyak terjadi pada fase remaja.

Dari uraian pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa konformitas merupakan perubahan perilaku remaja sebagai usaha untuk menyesuaikan diri dengan norma kelompok acuan baik ada maupun tidak ada tekanan secara langsung yang berupa suatu tuntutan tidak tertulis dari kelompok teman sebaya terhadap anggotanya namun memiliki pengaruh yang kuat dan dapat menyebabkan munculnya perilaku-perilaku tertentu pada remaja anggota kelompok tersebut.

### **2.6.2. Indikator Konformitas**

Ada beberapa hal yang dapat mendorong seseorang untuk melakukan konformitas. Menurut Williams (2006), faktor-faktor tersebut antara lain:

1. Ukuran kelompok dan tekanan sosial
2. *Group unanimity* (adanya kebulatan suara dalam kelompok)
3. *Cohesiveness* (kekompakan kelompok)
4. Status
5. *Public response*
6. Faktor norma dan informasi

Menurut Kulsum dan Jauhar (2016:217) terdapat beberapa hal yang mempengaruhi konformitas. Faktor-faktor tersebut adalah:

1. Pengaruh dari orang yang disukai

Orang yang disukai akan memberikan pengaruh lebih besar. Perkataan dan perilaku mereka cenderung akan diikuti oleh orang lain yang menyukai atau dekat dengan mereka.

## 2. Kekompakan kelompok

Semakin kuat suatu kelompok maka akan semakin kuat pengaruhnya dalam membentuk pola pikir dan perilaku anggota kelompoknya.

## 3. Ukuran kelompok dan tekan sosial

Konformitas akan meningkat sejalan dengan bertambahnya jumlah anggota kelompok. Semakin besar kelompok tersebut, maka semakin besar pula kecenderungan kita untuk ikut serta.

## 4. Norma sosial deskriptif dan norma sosial injungtif

Norma ini akan mempengaruhi kita mengenai apa yang umumnya dianggap efektif atau bersifat adaptif dari situasi tertentu serta akan mempengaruhi kita dalam menetapkan apa yang seharusnya dilakukan dan tingkah laku apa yang diterima dan tidak diterima pada situasi tertentu.

Sears (1991:81-86) mengemukakan secara eksplisit bahwa konformitas remaja ditandai dengan adanya tiga hal sebagai berikut :

### 1. Kekompakan

Kekuatan yang dimiliki kelompok acuan menyebabkan remaja tertarik dan ingin tetap menjadi anggota kelompok. Eratnya hubungan remaja dengan kelompok acuan disebabkan perasaan suka antara anggota kelompok serta harapan memperoleh manfaat dari keanggotaannya. Semakin besar rasa suka anggota yang satu terhadap anggota yang lain, dan semakin besar harapan untuk

memperoleh manfaat dari keanggotaan kelompok serta semakin besar kesetiaan mereka, maka akan semakin kompak kelompok tersebut.

## 2. Kesepakatan

Pendapat kelompok acuan yang sudah dibuat memiliki tekanan kuat sehingga remaja harus loyal dan menyesuaikan pendapatnya dengan pendapat kelompok.

## 3. Ketaatan

Tekanan atau tuntutan kelompok acuan pada remaja membuatnya rela melakukan tindakan walaupun remaja tidak menginginkannya. Bila ketaatannya tinggi maka konformitasnya akan tinggi juga.

Sementara Wiggins (1994) membagi aspek konformitas menjadi dua, yaitu :

### a. Kerelaan

Rela mengikuti apapun pendapat kelompok yang diinginkan atau diharapkan agar memperoleh hadiah berupa pujian dan untuk menghindari celaan, keterasingan, cemooh yang mungkin diberikan oleh kelompok jika tidak dikerjakan salah satu dari anggota kelompok tersebut.

### b. Perubahan

Saat terjadi perubahan dalam suatu melakukan konformitas, ketidakhadiran anggota kelompok lebih dianggap sesuai dengan perilaku dan tindakan anggota kelompok yang hadir. Jadi maksud dari perubahan di sini adalah proses penyesuaian perilaku dari masing-masing anggota kelompok terhadap kesepakatan kelompok itu sendiri.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti menggunakan aspek-aspek konformitas remaja yang dikemukakan oleh Sears (1991:81-86) yaitu kekompakan, kesepakatan

dan ketaatan karena definisinya lebih mendekati pada definisi konformitas pada remaja.

## **2.7. Financial Literacy**

### **2.7.1. Pengertian *Financial Literacy***

Konsep *financial literacy* berkembang pesat di berbagai belahan dunia, seperti di Amerika, Jerman, Italia, Swedia, Belanda, Jepang dan New Zealand (Lusardi, 2011 dalam FINRA Investor Education Foundation 2013). Istilah *financial literacy* erat kaitannya dengan *financial education*. *Organisation for Economic Co-Operation and Development* (OECD, 2005: 26) mendefinisikan *financial literacy* sebagai berikut:

“Pendidikan keuangan (*financial literacy*) merupakan proses guna meningkatkan pemahaman keuangan konsumen/ investor tentang konsep dan produk keuangan, melalui informasi, instruksi dan/ atau saran yang objektif, mengembangkan keterampilan dan kepercayaan diri untuk menjadi lebih sadar akan peluang dan risiko finansial, menginformasikan pilihan, untuk mengetahui bagaimana mendapatkan bantuan, dan untuk mengambil tindakan efektif lain guna meningkatkan kesejahteraan/ kesehatan finansial mereka.”

Sedangkan menurut Lusardi, 2011 (FINRA Investor Education Foundation 2013) mendefinisikan *financial literacy* sebagai pengetahuan mengenai konsep-konsep dasar keuangan, termasuk pengetahuan bunga majemuk, perbedaan nilai nominal dan nilai riil, pengetahuan dasar mengenai diversifikasi risiko, nilai waktu dari uang dan lain-lain.

Claxton (2008: 16) menyatakan, *financial literacy* merupakan kemampuan individu untuk membuat keputusan yang tepat di dalam mengatur alat-alat pembayaran pribadi mereka. Mereka bertanggungjawab secara penuh dalam mengatur keuangan pribadinya, memastikan mereka memiliki cadangan yang

cukup untuk membayar sewa tiap bulan, tagihan listrik, menabung untuk liburan, mengganti perabotan yang rusak, dan menyiapkan biaya pendidikan anak.

Selanjutnya menurut Otoritas Jasa Keuangan (2013) mendefinisikan, *financial literacy* adalah suatu rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), dan keyakinan (*confidence*) konsumen dan masyarakat luas sehingga mampu mengelola keuangan pribadinya dengan baik. Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, yang dimaksud dengan *financial literacy* pada penelitian ini yaitu kemampuan siswa dalam mengaplikasikan pengetahuan keuangan (*financial education* berkaitan dengan pembelajaran ekonomi-akuntansi) yang dimiliki untuk mengatur keuangannya secara bijaksana dan merencanakan keuangan jangka panjang demi kebutuhan di masa mendatang.

Peningkatan *financial literacy* diperlukan untuk meningkatkan pengetahuan keuangan dari masyarakat Indonesia. Namun di Indonesia edukasi keuangan atau *financial literacy* kurang berkembang dan jarang ditemui baik di lembaga akademik maupun non akademik. Edukasi keuangan sebaiknya ditanamkan sejak dini pada masyarakat Indonesia terutama untuk generasi muda dan disertakan dalam kurikulum pembelajaran sehingga saat generasi muda ini bertumbuh mereka dapat lebih memahami bagaimana dunia keuangan dan generasi muda dapat lebih bijak dalam mengelola keuangan mereka.

### **1.7.2. Indikator *Financial Literacy***

*Financial Literacy* mencakup berbagai aspek kemampuan yang harus dikuasai oleh seseorang perihal keuangan. Tingkat *financial literacy* seseorang



dapat diketahui dengan mengetahui indikator-indikator financial literacy . Mandell & Klein (2007:108) mengukur *financial literacy* dengan melibatkan 4 indikator yakni: pendapatan (*income*), pengelolaan uang (*money management*), pengeluaran dan kredit (*spending & credit*), tabungan dan investasi (*saving & investing*).

Chen dan Volpe (1998:109) terdapat beberapa aspek yang digunakan untuk mengukur tingkat *financial literacy* seseorang, aspek tersebut yakni:

1. Pengetahuan umum (*general knowledge*)

Menurut Nababan dan Sadila (2012) pengetahuan dasar mengenai keuangan mencakup pemahaman terhadap beberapa hal yang paling dasar dalam system keuangan seperti pengaruh inflasi, perhitungan tingkat bunga sederhana, bunga majemuk, *time value of money*, likuiditas asset, *opportunity cost*, dan lain-lain.

2. Tabungan dan pinjaman (*saving & borrowing*)

Tabungan menurut UU Perbankan No. 10 Th. 1998 merupakan simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan hal itu. Menurut (Kapoor, *et.al.*, 2001: dalam Nababan dan Sadila, 2012) terdapat enam faktor yang perlu dipertimbangkan ketika memilih tabungan yaitu: tingkat pengembalian, inflasi, pertimbangan pajak, likuiditas, keamanan, dan pembatasan dari *fee*.

3. Asuransi (*insurance*)

Asuransi dalam Undang-undang No. 2 Th. 1992 tentang usaha perasuransian adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, dengan mana pihak penanggung mengaitkan diri terhadap pihak tertanggung dengan menerima premi asuransi

untuk memberikan pergantian karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan atau tanggung jawab hukum pihak ketiga yang mungkin akan diterita tertanggung yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti aatau memberikan pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya orang yang dipertanggungkan.

#### 4. Investasi (*investment*)

Menurut (Halim, 2005), investasi merupakan penempatan sejumlah dana pada saat ini dengan harapan untuk memperoleh keuntungan dimasa mendatang dan pada umumnya investasi dibedakan menjadi dua. Pertama, investasi pada asset finansial yang dilakukan di pasar uang, misalnya berupa sertifikat deposito, *commercial paper*, surat berharga pasar uang dan lain-lain. Selain itu investasi ini juga dapat dilakukan di pasar modal, misalnya berupa saham, obligasi, waran, opsi dan lain-lain. Kedua, investasi pada asset riil yaitu investasi berbentuk pembelian asset produktif, pendirian pabrik, pembukaan pertambangan, pembukaan perkebunan, dan lain-lain.

Remund (2010) menyatakan empat hal yang paling umum dalam *fiinancial literacy* adalah penganggaran, tabungan, pinjaman, dan investasi. Menurut Ana (2017) *financial literacy* seseorang dapat dikur melalui empat aspek, yaitu: pengetahuan dasar, tabungan dan pinjaman, investasi, serta konsumsi. Sedangkan Boivison *et, al.* (2012) meyakini *financial literacy* memiliki 4 aspek yang perlu diperhatikan yaitu: uang dan transaksi, perencanaan dan pengelolaan keuangan, *Financial Landscape*, serta risiko dan keuntungan.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka indikator *financial literacy* dalam penelitian ini yaitu:

- 1 .Pengetahuan dasar, mencakup pemahaman tentang pengaruh inflasi, perhitungan tingkat bunga sederhana, bunga majemuk, *time value of money*, likuiditas asset, *opportunity cost*, dan lain-lain.
2. Tabungan dan Pinjaman, mencakup hal-hal yang perlu dipertimbangkan ketika memilih tabungan yaitu: tingkat pengembalian, inflasi, pertimbangan pajak, likuiditas, dan pembatasan dari *fee*.
3. Investasi, penempatan sejumlah dana pada saat ini dengan harapan memperoleh keuntungan di masa mendatang.
4. Konsumsi, mencakup bagaimana cara mengelola anggaran untuk konsumsi.

## **2.8 Gender**

### **2.8.1 Konsep Gender**

Kata gender dalam istilah Indonesia sebenarnya diambil dari bahasa Inggris yaitu “gender” yang mana artinya tidak dapat dibedakan secara jelas mengenai seks dan gender. Banyak masyarakat yang mengidentikan gender dengan seks. Untuk memahami konsep gender, harus dapat dibedakan terlebih dahulu mengenai arti kata seks dan gender itu sendiri. Pengertian dari kata seks sendiri adalah suatu pembagian jenis kelamin ke dalam dua jenis yaitu laki - laki dan perempuan, dimana setiap jenis kelamin tersebut memiliki ciri ciri fisik yang melekat pada setiap individu, dimana masing - masing ciri tersebut tidak dapat digantikan atau dipertukarkan satu sama lain. Ketentuan - ketentuan tersebut sudah merupakan kodrat atau ketentuan dari Tuhan.

Istilah gender pertama kali diperkenalkan oleh Robert Stoller, dan orang yang sangat berjasa dalam mengembangkan istilah dan pengertian gender adalah Ann Oakley. Menurutnya, gender merupakan behavioral differences (perbedaan perilaku) antara perilaku laki-laki dan perempuan yang dikonstruksi secara sosial, yaitu perbedaan yang bukan dari ketentuan Tuhan (bukan kodrat) melalui proses sosial dan kultural yang panjang. Pendefinisian gender lebih bersifat pada sosial budaya yaitu melalui proses kultural dan sosial, bukan pendefinisian yang berasal dari ciri-ciri fisik biologis seorang individu. Dengan demikian, gender senantiasa dapat berubah dari waktu –kewaktu, dari tempat –ke tempat, bahkan dari kelas-kelas, sedangkan seks atau jenis kelamin senantiasa tidak berubah. Gender yang berlaku dalam kehidupan masyarakat dapat ditentukan oleh pandangan masyarakat tentang hubungan antara laki-laki dan kelaki-lakian serta hubungan antara perempuan dan keperempuanannya. Pada umumnya jenis kelamin laki-laki selalu dikaitkan dengan gender maskulin, sedangkan jenis kelamin perempuan selalu berkaitan dengan gender feminin. Akan tetapi hubungan –hubungan tersebut bukanlah suatu hubungan kolerasi yang bersifat absolut. Hal ini dikemukakan oleh Rogers (1980).

Gender tidak bersifat universal, namun bervariasi dari suatu masyarakat kemasyarakat yang lainnya, serta dari suatu waktu ke waktu. Gender tidak identik dengan jenis kelamin serta gender merupakan dasar dari pembagian kerja di seluruh masyarakat. Dari beberapa istilah yang telah dikemukakan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa gender adalah suatu konstruksi atau bentuk sosial yang sebenarnya bukan bawaan dari lahir sehingga dapat dibentuk atau diubah sesuai

dengan tempat, waktu atau zaman, suku, ras, budaya, status sosial, pemahaman agama, negara, ideologi, politik, hukum, serta ekonomi. Oleh karena itu, gender bukanlah kodrat dari Tuhan, melainkan buatan dari manusia yang dapat diubah maupun dipertukarkan serta memiliki sifat relatif. Hal ini terdapat pada laki-laki dan perempuan. Sedangkan jenis kelamin atau seks merupakan kodrat dari Tuhan yang berlaku dimana saja dan kapan saja yang tidak dapat berubah dan dipertukarkan antara jenis kelamin laki-laki dan wanita.

## 2.9. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini memuat berbagai penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain baik dalam bentuk jurnal maupun skripsi. Penelitian yang menjadi bahan rujukan dalam menyusun skripsi ini tersaji dalam tabel 2.1 sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Kajian Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul	Hasil
1	Rahayu (2013)	Pengaruh Peran Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI di SMA Kesatrian 1 Semarang	Pengaruh peran orang tua terhadap perilaku konsumtif bersifat linier sebesar 2 %
2	Pulyadi (2015)	Hubungan Gaya Hidup Dan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 5 Samarinda	Ada hubungan yang sangat signifikan antara gaya hidup dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada siswa SMAN 5 Samarinda. Semakin tinggi gaya hidup maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Sebaliknya semakin rendah gaya hidup maka semakin rendah individu untuk berperilaku konsumtif. Semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Sebaliknya semakin rendah konformitas maka semakin sedikit peluang individu untuk berperilaku konsumtif.

3	Drika (2016)	Pengaruh <i>Financial literacy</i> Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013.	1) Terdapat pengaruh negative antara <i>financial literacy</i> terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan ekonomi pembangunan universitas negeri malang angkatan 2013. 2) Terdapat pengaruh negative antara pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan ekonomi pembangunan universitas negeri malang angkatan 2013. 3) Terdapat pengaruh secara simultan antara <i>financial literacy</i> , peendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan ekonomi pembangunan angkatan 2013.
4	Enrico (2014)	<i>The Factors That Influenced Consumptive Behavior: A Survey Of University Students In Jakarta.</i>	Penggunaan produk dan daya beli, status sosial, dan prestise dan kepuasan berpengaruh terhadap kecenderungan perilaku konsumtif seseorang.
5	Sipunga (2014)	Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja Di Tinjau Dari Pendapatan Orang Tua Pada Siswa-Siswi SMA Kesatrian 2 Semarang	Status sosial ekonomi orang tua (pendapatan) orang tua tentu sangat berpengaruh terhadap perilaku membeli pada remaja, karena semakin tinggi pendapatan orang tua maka semakin besar kesempatan untuk membelanjakan uang pemberian dari orang tua, begitu pula sebaliknya. Semakin rendah pendapatan orang tua maka semakin kecil kesempatan untuk membelanjakan uang hasil pemberian orang tua.
6	Al- Mamum, dkk (2014)	<i>Factors Influencing Consumer Behavior: A Study among University Students in Malaysia</i>	Kepribadian siswa memiliki efek paling signifikan terhadap perilaku konsumsi siswa dibandingkan dengan gaya hidup dan kondisi ekonomi. Kondisi ekonomi memiliki hubungan negative terhadap perilaku konsumsi.
7	Dian Eka (2016)	<i>Factors Affecting Students' Economic Behavior</i>	(1) Status sosial ekonomi orang tua tidak berpengaruh terhadap <i>economic literacy</i> (2) Status Sosial ekonomi orang tua tidak berpengaruh pada perilaku

			ekonomi (3) Ketertarikan siswa pada mata pelajaran ekonomi memiliki efek yang signifikan terhadap <i>economic literacy</i> (4) Ketertarikan siswa dibidang ekonomi memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku ekonomi (5)Siswa yang memiliki ketertarikan pada <i>economic literacy</i> memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku ekonomi (6) Status sosial ekonomi orang tua tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku ekonomi melalui <i>economic literacy</i> (7) Ketertarikan siswa pada bidang ekonomi memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku ekonomi melalui <i>economic literacy</i> .
8	Ronaghi <i>et al</i> (2013)	<i>Survey of Effects of Gender on Consumer Behavior; Case Study on Mobile Phone</i>	Jenis kelamin memiliki peranan penting dalam perilaku konsumen. Karena perbedaan antara laki-laki dan perempuan tentang harapan, keinginan, kebutuhan, gaya hidup, dll mencerminkan perilaku konsumsi mereka. Ada hubungan yang signifikan antara jenis kelamin dengan perilaku konsumsi.
9	Lakshmi <i>et al</i> (2017)	<i>Impact of Gender on Consumer Purchasing Behaviour</i>	Banyak aspek yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen, salah satu faktor utama adalah jenis kelamin. Laki-laki dan perempuan menginginkan produk yang berbeda, hal ini dipengaruhi oleh faktor sosial, psikologis, dll. Perbedaan jenis kelamin berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian.
10	Nurfatika (2015)	Pengaruh Persepsi Tentang Peran Orang Tua, <i>Peer Group</i> Dan <i>Financial Literacy</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas X IIS Dan Xi IIS di SMA Negeri 7	Ada pengaruh positif <i>peer group</i> terhadap perilaku konsumtif siswa kelas X IIS dan XI IIS SMAN 7 Semarang Tahun Ajaran 2014/2015 secara parsial sebesar 40,70%.

		Semarang Tahun Ajaran 2014/2015	
11	Ana Purwati (2011)	Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Persepsi Atas Lingkungan, dan Prestasi Belajar Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi	Status sosial ekonomi orang tua siswa, persepsi siswa atas lingkungannya, dan prestasi belajar ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi siswa. Persepsi siswa atas lingkungan mempunyai pengaruh yang lebih besar bila dibanding dengan pengaruh status sosial ekonomi orang tua siswa. Sedangkan untuk prestasi belajar ekonomi sangat memberi kontribusi terhadap besarnya pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi siswa dan besarnya pengaruh persepsi siswa atas lingkungannya terhadap perilaku konsumsi siswa. Untuk siswa yang mempunyai prestasi belajar yang tinggi, siswa akan lebih rasional dalam melakukan kegiatan konsumsi, karena siswa tersebut akan mempertimbangkan kondisi ekonomi orang tuanya setiap akan berkonsumsi dan lebih mampu menerapkan pengetahuan yang diperoleh dari gurunya, serta tidak mudah terpengaruh oleh promosi-promosi di pasar.
12	Hidayah (2014)	Pengaruh <i>Financial Literacy</i> , Iklan Televisi dan <i>Peer Group</i> terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IS di SMA N 1 Bandar Kabupaten Batang	Secara simultan <i>financial literacy</i> , iklan televisi dan <i>peer group</i> berpengaruh sebesar 63,7% terhadap perilaku konsumtif.
13	Lici Meiranti (2015)	Pengaruh <i>Online Shop</i> Pada Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Perspektif Gender	Kemudahan berbelanja secara <i>online</i> menyebabkan munculnya perilaku konsumtif.. Seseorang dapat terpengaruh <i>online shop</i> dengan mudah. Perilaku konsumtif ini akan berbeda pada laki-laki dan perempuan. Dibandingkan laki-laki, perempuan jauh lebih cenderung untuk memiliki perilaku konsumtif. Perempuan kerap



			kali berbelanja tanpa dasar kebutuhan namun hanya sebatas keinginan.
--	--	--	--

Sumber: berbagai jurnal dan skripsi

## 2.10. Kerangka Berpikir

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Dalam memenuhi segala kebutuhannya, seorang konsumen memiliki kecenderungan untuk mengonsumsi barang dengan banyak pilihan yang ada. Gaya hidup seseorang mampu mempengaruhi perilaku, termasuk dalam menentukan pilihan akan barang dan jasa yang akan menjadi konsumsinya. Dalam memilih produk yang akan dikonsumsi, seseorang akan mengasosiasikannya dengan gaya hidup yang menjadi pilihannya. Kata konsumtif diartikan sama dengan kata konsumerisme. Konsumerisme mengacu pada sesuatu yang berhubungan dengan konsumen. Sadar atau tidak akan perilaku konsumtif, tapi memang sedang terjadi di masyarakat sekitar kita bahkan tidak memandang usia karena dapat terjadi pada masa usia dewasa bahkan remaja pula.

Siswa Sekolah Menengah Atas secara umum terjadi pada masa remaja yaitu pada usia antara 16-18 tahun. Siswa tersebut masih berada pada masa dimana emosi belum dapat dikontrol dan cenderung tidak stabil serta belum memiliki pertimbangan dan pemikiran yang matang ketika harus dihadapkan dalam kondisi untuk pengambilan keputusan sehingga stimulus dari luar akan sangat mampu mempengaruhi pemikiran siswa SMA tersebut. Pada masa-masa ini sangat mudah dijumpai siswa yang kurang memikirkan pertimbangan manfaat jangka panjang

ataupun akibat dari tindakan yang mereka ambil pada masa sekarang. Masalah lainnya adalah adanya sifat ingin tahu dan penasaran yang muncul dan membuat mereka mudah untuk masuk dalam bujukan dan rayuan penjual barang / jasa. Dan pada akhirnya para siswa ini merupakan target utama pemasaran produk yang cukup potensial mengingat mudahnya para remaja untuk mengikuti tren terbaru.

Kecenderungan perilaku konsumtif siswa jurusan IIS di SMA Negeri 1 Bae Kudus dapat dilihat dari penggunaan uang saku mereka. Hal itu ditunjukkan oleh perilaku mereka dalam menggunakan uang sakunya per bulan. Banyaknya siswa yang mengalami defisit tersebut menunjukkan bahwa siswa jurusan IIS di SMA Negeri 1 Bae Kudus cenderung berperilaku konsumtif karena membelanjakan uang lebih dari pemasukannya (uang saku). Perilaku siswa tersebut selaras dengan pendapat Sembiring (2008: 2) yang mendefinisikan konsumtif sebagai perilaku yang tidak mempertimbangkan fungsi atau kegunaan ketika membeli barang, mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan, mendahulukan keinginan daripada kebutuhan serta tidak ada skala prioritas.

Dibandingkan siswa laki-laki, siswa perempuan jauh lebih cenderung untuk membeli bukan berdasarkan kebutuhan atau membeli barang-barang yang mereka tahu tidak mereka butuhkan, menjadikan kegiatan berbelanja sebagai sebuah metode perayaan, membeli barang tanpa perencanaan dan membeli barang sesering mungkin.

Pada dasarnya siswa jurusan IIS mendapat porsi pembelajaran ekonomi-akuntansi yang cukup banyak. Dalam pembelajaran ekonomi mengajarkan siswa mengenai bagaimana manusia memanfaatkan sumber daya secara efektif dan

efisien untuk memenuhi kebutuhan dan kesejahteraan manusia. Melalui pembelajaran akuntansi siswa dapat menghitung rata-rata jumlah biaya sekolahnya selama satu bulan, siswa dapat pula menabung di bank, serta siswa mampu menghitung total biaya yang telah dikeluarkan oleh orang tuanya dalam membiayai sekolahnya sampai lulus. Namun kenyataannya banyak siswa belum dapat mengatur pola konsumsi dan keuangan dengan baik. Akibatnya siswa cenderung menggunakan uangnya untuk hal yang ternyata tidak memberikan manfaat.

Perilaku konsumtif ini tidak boleh dibiarkan begitu saja, sebab dapat mengganggu kegiatan belajar siswa. Kegiatan belajar merupakan bagian dari pendidikan yang hasilnya akan sangat berguna bagi siswa di masa depan. Perilaku atau tindakan manusia timbul sebagai respon dari adanya stimulus atau rangsangan tertentu. Seperti halnya perilaku konsumtif siswa jurusan IIS di SMAN 1 Bae Kudus. Dalam penelitian ini faktor yang diduga berpengaruh kuat terhadap perilaku konsumtif diantaranya status sosial ekonomi orang tua, konformitas teman sebaya dan pengetahuan tentang keuangan (*financial literacy*).

Latar belakang sosial ekonomi orang tua turut ambil andil dalam memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa. Menurut Gerungan (2002:181) keadaan sosial ekonomi tentulah mempunyai peranan terhadap perkembangan anak-anak, bahwa dengan adanya perekonomian yang cukup, lingkungan material yang dihadapi anak dalam keluarganya itu lebih luas, ia mendapatkan kesempatan yang lebih luas untuk mengembangkan bermacam-macam kecakapan yang tidak dapat ia kembangkan apabila tidak ada alat-alatnya. Sementara itu menurut

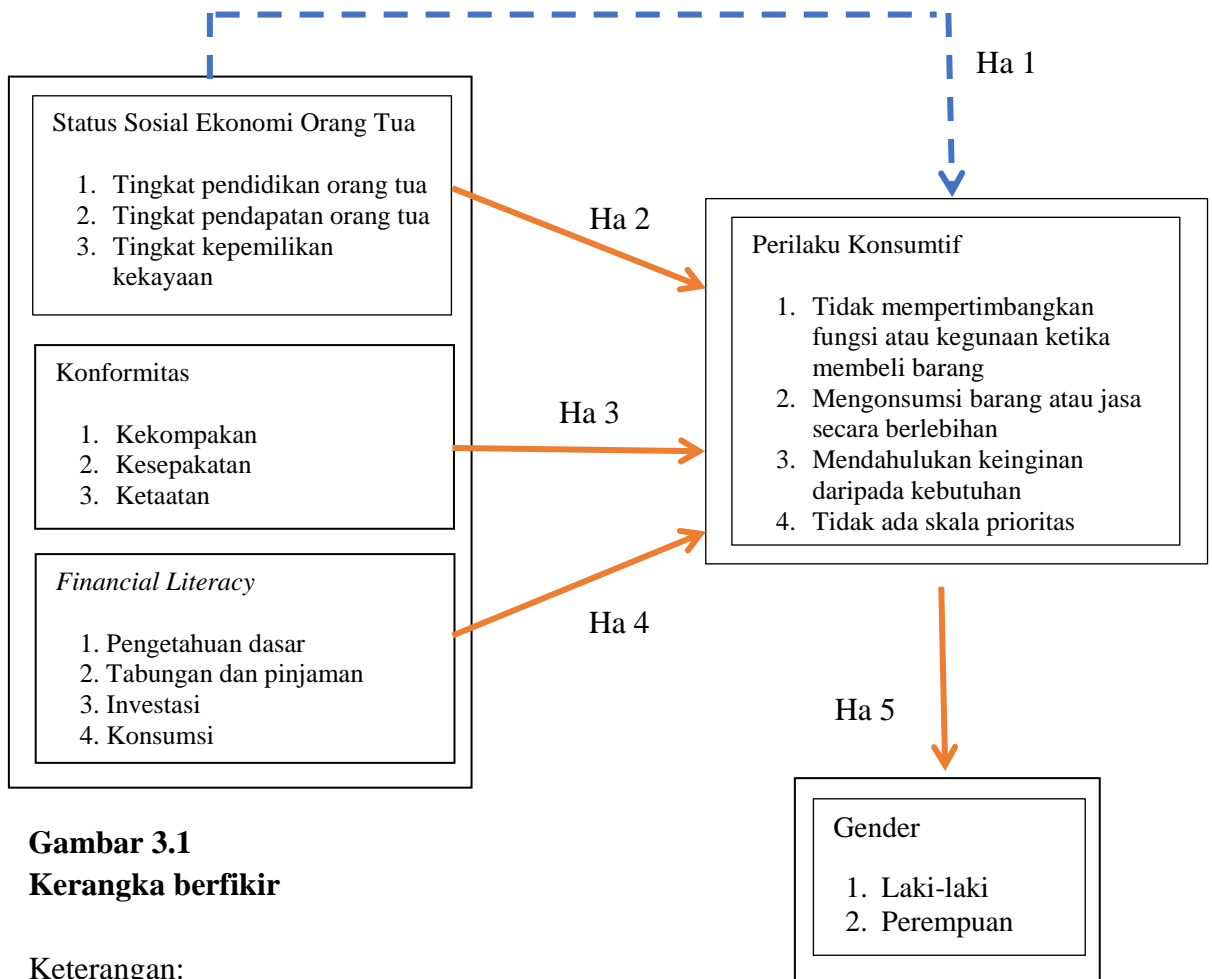
Sumarwan (2004:221) pendapatan akan menentukan daya beli seseorang, yang selanjutnya akan memengaruhi pola konsumsinya. Siswa yang berasal dari kalangan sosial ekonomi tinggi biasanya didukung oleh kondisi materi yang cukup, mereka mendapatkan uang saku melebihi dari yang mereka perlukan. Hal ini akan membuat mereka memiliki daya beli yang cukup baik dan merasa leluasa untuk membeli apa yang mereka inginkan sehingga dapat memancing mereka untuk melakukan tindakan konsumsi yang berlebihan atau tidak rasional.

Konformitas muncul pada masa remaja awal yaitu antara 13 tahun sampai 16 atau 17 tahun, yang ditunjukkan dengan cara menyamakan diri dengan teman sebaya dalam hal berpakaian, bergaya, berperilaku, berkegiatan dan sebagainya. Sebagian remaja beranggapan bila mereka berpakaian atau menggunakan aksesoris yang sama dengan yang sedang diminati kelompok acuan, maka timbul rasa percaya diri dan kesempatan diterima kelompok lebih besar. Oleh karena itu remaja cenderung menghindari penolakan dari teman sebaya dengan bersikap konform atau sama dengan teman sebaya. Tak jarang kegiatan ingin meniru tersebut dapat memancing mereka untuk melakukan tindakan konsumsi yang berlebihan.

*Financial literacy* dikaitkan dengan faktor kekuatan psikologis yaitu pengalaman belajar, kepribadian, sikap dan keyakinan, serta gambaran diri (*self-concept*). Seperti yang dikemukakan oleh Boisivon (2012: 8) menyatakan, *financial literacy* dapat mendorong perubahan perilaku siswa ke arah yang lebih positif dalam membelanjakan uangnya. Pendapat itu dikuatkan oleh hasil penelitian Imawati dkk. (2013) yang membuktikan *financial literacy* cukup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja dengan signifikansi negatif, ketika *financial*



*literacy* meningkat maka perilaku konsumtif akan menurun. Orang yang memiliki *financial literacy* tinggi memiliki kecenderungan untuk membuat perencanaan keuangan jangka panjang yang lebih jelas dan spesifik sehingga akan berpengaruh pada kesejahteraan mereka di masa depan.

Kerangka mengenai status sosial ekonomi orang tua, konformitas teman sebya, dan *financial literacy* yang di prediksi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa dalam prespektif gender dapat dilihat dalam gambar 3.1 sebagai berikut:



**Gambar 3.1**  
**Kerangka berfikir**

Keterangan:

Tanda garis  berarti mempengaruhi secara parsial  
Tanda garis  berarti mempengaruhi secara simultan

### 2.11. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Ha1: Ada pengaruh status sosial ekonomi orang tua, Konformitas, dan *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Bae Kudus.
- Ha2: Ada pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Bae Kudus.
- Ha3: Ada pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Bae Kudus.
- Ha4: Ada pengaruh *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Bae Kudus.
- Ha5: Ada perbedaan gender terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Bae Kudus.

## **BAB 5**

### **PENUTUP**

#### **5.1 SIMPULAN**

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

1. Hasil analisis deskriptif dari variabel perilaku konsumtif mahasiswa memiliki rata-rata skor 59,8 berada pada kriteria tinggi, sehingga perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 1 Bae Kudus tergolong tinggi. Sedangkan untuk variabel bebas dalam penelitian ini yaitu : Variabel status sosial ekonomi orang tua memiliki rata-rata sebesar 29,08 dan berada pada kriteria tinggi. Variabel konformitas memiliki rata-rata sebesar 36,79 dan berada pada kriteria sedang. Variabel *financial literacy* memiliki rata-rata sebesar 14,31 dan berada pada kriteria tinggi.
2. Ada pengaruh status sosial ekonomi orangtua, konformitas, dan *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 1 Bae Kudus secara simultan yakni sebesar 58,6 %.
3. Ada pengaruh positif status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS SMA Negeri 1 Bae Kudus secara parsial yakni sebesar 5,95 %.
4. Ada pengaruh positif konformitas terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS SMA Negeri 1 Bae Kudus secara parsial yakni sebesar 55,5 %.
5. Tidak ada pengaruh *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS SMA Negeri 1 Bae Kudus secara parsial.

6. Tidak ada pengaruh perbedaan gender terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IIS SMA Negeri 1 Bae Kudus. Perilaku konsumtif siswa laki-laki kelas XI IIS SMA Negeri 1 Bae Kudus memiliki rata-rata sebesar 59,95 dan berada pada kriteria tinggi. Sedangkan perilaku konsumtif siswa perempuan memiliki rata-rata sebesar 58,51 dan berada pada kriteria tinggi. Walaupun perilaku konsumtif siswa laki-laki dan perempuan sama-sama berada pada kriteria tinggi, siswa laki-laki cenderung lebih konsumtif dibandingkan dengan siswa perempuan.

## **5.2 SARAN**

1. Bagi siswa, harus lebih bisa meningkatkan dan mempertahankan sikap tidak mudah terpengaruh untuk berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif dapat diminimalkan dengan cara menjalin hubungan konformitas teman sebaya yang positif seperti OSIS maupun ekstrakurikuler lainnya serta menghindari gaya hidup gemar berbelanja.
2. Bagi orangtua dan pendidik hendaknya peduli dengan kondisi perkembangan siswa. Hal ini dapat dilakukan dengan lebih mengenal dan memahami pribadi siswa, mengenal dengan baik lingkungan pergaulan atau interaksi sosial siswa di luar keluarga. Selain itu, orangtua dan pendidik juga diharapkan mampu mengarahkan, membimbing, dan mendidik siswa dengan tetap mempertimbangkan pemikiran dan perasaan siswa. Kondisi tersebut dapat membentuk hubungan yang baik antara siswa dengan orangtua dan pendidik.



3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini memberikan informasi bahwa status sosial ekonomi orang tua, konformitas, *financial literacy*, dan gender secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 1 Bae Kudus sehingga perlu adanya penelitian lebih luas dengan menambah variable lain yang belum terungkap dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, Icek. (2006). *Theory of Planned Behavior. Behavior Intentions Based on The Theory of Planned Behavior: Brief Description of The Theory of Planned Behavior*. University of Massachusetts. Amherest.
- Ali, Mohammad dan Mohammad Asrori. (2009). *Psikologi Remaja, Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Al- Mamun, P. Yukthamarani Permarupan dan Noor Raihani Binti Zainol. *Factors Influencing Consumer Behavior: A Study among University Students in Malaysia*, Asian Social Science; Vol. 10, No. 9; 2014 ISSN 1911-2017 E-ISSN 1911-2025.
- Anthie, Dian. (2014). *Pengaruh Pola Asuh Keluarga pada Pembentukan Karakter Anak*. Dalam Artikel Indonesia Tempo. Jakarta
- Aprillia, Sri Umi Mintarti dan Sugeng Hadi Utomo. *Pengaruh Latar Belakang Sosial Ekonomi Orang Tua, Pendidikan Ekonomi Di Keluarga Dan Economic Literacy Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa*, Jurnal Pendidikan Humaniora Vol. 3 No. 1, Hal 78-84, Maret 2015.
- Baron, R.A., & Byrne, D. (1994). *Social Psychology: Understanding Human Interaction* (edisi ke-7). Needham Heights, MA: Allyn & Bacon
- Boisivon, Jean Pierre, *et. al.* (2012) *PISA 2012 Financial Literacy Assessment Framework*.
- Bray, Jeff. (2008). *Consumer Behaviour Theory: Approaches and Models*.
- Chen, Haiyang dan Ronald P. Volpe. (1998). "An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students". Dalam *Financial Service Review*, Volume 7 Nomor 2. Hal. 107-128. Ohio: Youngstown State University.
- Chaer, Abdul. (2009). *Psikolinguistik Kajian Teoritik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dalyono, M. (2005). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Enrico (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 1 ISSN 2250-3153
- Fakih (2010). *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*. Semarang: Imawati, Indah; Susilaningsih, dan Elvia Ivada. 2013.
- Khan, Matin. (2006). *Consumer Behavior and Advertising Management*. New Delhi: New Age International Publishers
- Lakshmi *et al*, .(2017). *Survey of Effects of Gender on Consumer Behavior; Case Study on Mobile Phone*. International Journal of Advanced Studies in Humanities and Social Science Volume 1, Issue 8, 2013: 1024-1033
- Lim *et al*. (2010). “*Online Search and Buying Behavior*”. Malaysian Experience, Canadian Social Science, Vol. 6, No. 4
- Meiranti, Lici (2015). *Pengaruh Online Shop Pada Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Perspektif Gender*. Skripsi: IPB
- Myers, D.G. (1983). *Social Psychology*. New York: Mc. Graw Hill Inc.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. (2002). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika Aditama
- OJK. (2013). *Financial Literacy in Indonesia and The National Strategy, Indonesia Financial Service Authority*. Diperoleh dari [https://www.eiseverywhere.com/file\\_uploads/a68bf9a2fddab1200a870290fbc9399d\\_MicrosoftPowerPoint-Kusumaningtuti\\_Soetiono-CitiFTHongkong051213v3.pdf](https://www.eiseverywhere.com/file_uploads/a68bf9a2fddab1200a870290fbc9399d_MicrosoftPowerPoint-Kusumaningtuti_Soetiono-CitiFTHongkong051213v3.pdf)
- Hariyono. *Pengaruh Financial Literacy terhadap Perilaku Konsumtif Remaja pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013*. Jupe UNS, Vol 2 No. 1 Hal. 48 s/d 58.
- Prasatiana, Dian Eka. *Factors Affecting Students' Economic Behavior*, IOSR Journal of Economics and Finance (IOSR-JEF) e-ISSN: 2321-5933, p-ISSN: 2321-5925. Volume 7, Issue 3. Ver. IV (May. - Jun. 2016), PP 55-64.
- Rapah, Subroto. (2016) Mei. “*Pendidikan Literasi Keuangan pada Anak: Mengapa dan Bagaimana*”. Dalam *Jurnal Scholaria*, Volume 6 Nomor 2. Hal. 14-28. Madiun: IKIP PGRI Madiun.
- Rahayu, Tri Setiani.( 2013). “*Pengaruh Peran Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IS di SMA Ksatrian Semarang*”. Skripsi. Semarang: Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang

- Rifa'i, Achmad RC dan Catharina Tri Anni. (2012). *Psikologi Pendidikan*. Semarang: UNNES PRESS
- Rohana, Fathul Sani. (2017). *Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus pada Pondok Pesantren Al Munawar Komplek R2)*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga
- Ronaghi *et al*, (2013) . *Survey of Effects of Gender on Consumer Behavior; Case Study on Mobile Phone*. International Journal of Advanced Studies in Humanities and Social Science Volume 1, Issue 8, 2013: 1024-1033
- Santrock, John W. (2007). *Remaja*. Jakarta: Erlangga
- Sears, Jonathan L. Freedman, & L. Anne Peplau. (1985). *Psikologi Sosial edisi 7* Jakarta: Erlangga
- Sembiring, Amstrong. (2008). *Budaya Konsumerisme*. Diperoleh dari [www.wattpad.com/3104044-buku-konsumer-karya-amstrong-sembiring](http://www.wattpad.com/3104044-buku-konsumer-karya-amstrong-sembiring),
- Seock dan Balkey. (2008). "The Influence of College Student's Shopping Orientations and Gender Differences on Online Information Searches and Purchase Behaviors". International Journal of Cosumers Studies, p.113-121.
- Sipunga (2014). *Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja Ditinjau dari Pendapatan Orang Tua Siswa-siswi SMA Kesatrian 2 Semarang*. Journal of Social and Industrial Psychology 3 (1)
- Soekanto, Soejono. (2012). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Solomon, Michael et al. (2006). *Consumer Behavior A European Perspective*. Pearson Education: Prentice Hall
- Solomon. (2004). *Consumer Behavior, Buying, Having and Being*.
- Sudjana. (2001). *Metoda Statistika*. Bandung: Tarsito
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Suharsimi Arikunto. (2006a). *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta

- (2013b). *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan* Edisi 2. Jakarta: Jakarta: Bumi Aksara.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan iklan televisi )*. Bandung:Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang.( 2011). *Perilaku Konsumen dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suryani, Tatik. (2008). *Perilaku Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Tambunan, R. (2001). *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. *Jurnal Psikologi dan Masyarakat*. <http://www.e-psikologi.com/remaja/191101.htm>.