



PENGARUH *FINANCIAL LITERACY*, PENGENDALIAN DIRI, TEMAN SEBAYA DAN KONDISI SOSIAL EKONOMI ORANG TUA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA SISWA KELAS XI SMA NEGERI 2 BAE KUDUS

SKRIPSI

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

Oleh

Anita Almas

7101415186

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

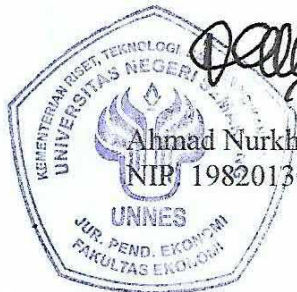
PERSETUJUAN PEMBIMBING

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

Hari : Selasa

Tanggal : 25 Juni 2019

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi



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

Pembimbing



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

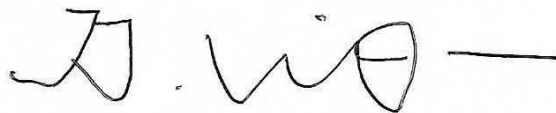
PENGESAHAN KELULUSAN

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

Hari : Senin

Tanggal : 19 Agustus 2019

Penguji I



Prof. Dr. Joko Widodo, M.Pd.
NIP. 196701061991031003

Penguji II



Indri Murniawaty, S.Pd., M.Pd.
NIP. 198005182015042001

Penguji III



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

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Heri Yanto, MBA., Ph.D.
NIP. 196307181987021001

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anita Almas

NIM : 7101415186

Tempat, Tanggal Lahir : Kudus, 27 April 1997

Alamat : Jl. UMK Desa Dersalam Rt.02 Rw.04 No.391

Kecamatan Bae, Kabupaten Kudus

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

Semarang, Juli 2019



Anita Almas

NIM 7101415186

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan”. (QS. Al-Isro’:26-27)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua, Bapak Sumedi dan Ibu Titin Asrochah yang telah membesarkan, mendidik, dan memberikan dukungan selama ini.
2. Almamaterku UNNES.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Financial Literacy*, Pengendalian Diri, Teman Sebaya dan Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 2 Bae Kudus”** yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Pendidikan Ekonomi Koperasi, Universitas Negeri Semarang.

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

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum., Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan pendidikan di program Studi Pendidikan Ekonomi Koperasi Universitas Negeri Semarang.
2. Drs. Heri Yanto, M.B.A., Ph.D., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penyusun sehingga dapat menyelesaikan skripsi dan studi dengan baik.
3. Ahmad Nurkhin, S.Pd., M.Si., Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan bantuan dalam proses izin penelitian.
4. Prof. Dr. Rusdarti, M.Si., Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya dengan sangat sabar untuk memberikan bimbingan, motivasi, masukan-masukan, pengarahan dan saran yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini.

5. Prof. Dr. Joko Widodo, M.Pd., Dosen penguji I yang telah memberikan masukan berupa saran, perbaikan, dan tanggapan dalam penelitian ini.
6. Indri Murniawaty, S.Pd., M.Pd., Dosen penguji II yang telah memberikan masukan berupa saran, perbaikan, dan tanggapan dalam penelitian ini.
7. Saiful Bakri, S.Pd., M.Pd., Kepala SMA Negeri 2 Bae Kudus yang telah memberikan izin kepada penulis selama melaksanakan penelitian.
8. Para guru dan karyawan SMA Negeri 2 Bae Kudus yang telah memberikan bantuan selama melaksanakan penelitian.
9. Bapak dan Ibu tercinta yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Seluruh teman-teman seperjuanganku Pendidikan Ekonomi Koperasi 2015 yang selalu memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya kemampuan yang ada dalam diri penulis yang terbatas, untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi pembaca.

Semarang, Juli 2019



Penulis

SARI

Almas, Anita. 2019. “Pengaruh *Financial Literacy*, Pengendalian Diri, Teman Sebaya dan Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 2 Bae Kudus”. Skripsi. Jurusan Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing: Prof. Dr. Rusdarti, M.Si.

Kata Kunci: Perilaku Konsumtif, *Financial Literacy*, Pengendalian Diri, Teman Sebaya, Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua

Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli secara berlebihan dengan mengutamakan kebutuhan sekunder dan tersier daripada kebutuhan primernya yang menyebabkan seseorang menjadi boros. Perilaku konsumtif mulai muncul ketika terjadi perubahan pada pola perilaku konsumsi, yaitu menjadi perilaku konsumsi yang tidak rasional atau hanya karena faktor emosional. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengaruh *financial literacy*, pengendalian diri, teman sebaya dan kondisi sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI SMA Negeri 2 Bae Kudus baik secara simultan maupun parsial.

Populasi dalam penelitian adalah siswa kelas XI SMA Negeri 2 Bae Kudus yang berjumlah 308 siswa. Jumlah sampel sebanyak 75 siswa. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *proporsional random sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian yaitu berupa angket atau kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi $Y = 17,881 - 0,398 X_1 - 0,191 X_2 + 0,166 X_3 + 0,378 X_4$. Ada pengaruh *financial literacy*, pengendalian diri, teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif siswa sebesar 71,4%, secara parsial *financial literacy* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa sebesar 47,6%, pengendalian diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa sebesar 27,2%, teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa sebesar 14,4% dan kondisi sosial ekonomi orang tua berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa sebesar 20,1%

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, diharapkan siswa dapat menyeimbangkan perilakunya dalam mengkonsumsi suatu barang dan membuat skala prioritas untuk memilih kebutuhan yang harus dipenuhi terlebih dahulu dan bagi orang tua diharapkan terus mengontrol keuangan anaknya supaya tidak boros dalam membelanjakan uang sakunya.

ABSTRACT

Almas, Anita. 2019. "Effect of Financial Literacy, Self Control, Peer and Parents' Socioeconomic Conditions on Consumer Behavior in Class XI SMA Negeri 2 Bae Kudus". Final Project. Department of Economic Education. Faculty of Economics. Universitas Negeri Semarang. Supervisor: Prof. Dr. Rusdarti, M.Si.

Keyword: Consumer Behavior, Financial Literacy, Self-Control, Peer, Socio-Economic Status Parents

Consumer behavior is excessive buying behavior by giving priority to the needs of secondary and tertiary than primary needs that cause a person to be extravagant. Consumer behavior began to emerge when there is a change in the pattern of consumption behavior, which is becoming irrational consumer behavior or simply because of emotional factors. This study aimed to describe the effect of financial literacy, self-control, peer and parents' socioeconomic conditions of consumer behavior in class XI student of SMA Negeri 2 Bae Kudus either simultaneously or partial.

The population in study a class XI student of SMA Negeri 2 Bae Kudus totaling 308 students. The total sample of 75 students. The sampling technique using proportional random sampling technique. Data collection techniques used in study is a questionnaire or questionnaires that have been tested for validity and reliability. Data were analyzed using descriptive statistics and multiple linear regression analysis.

The results of study obtained regression equation $Y = 17,881 - 0,398 X_1 - 0,191 X_2 + 0,166 X_3 + 0,378 X_4$. There is an effect *financial literacy*, self-control, peer and parents' socioeconomic conditions together against the consumer behavior of students amounted to 71,4%, partially financial literacy influence on consumer behavior of students 47,6%, self-control influence on consumer behavior of students 27,2%, peer influence on consumer behavior of students by 14,4% and the socio-economic status of parents influence on consumer behavior of students 20,1%.

Based on these results, it is expected that students can balance their behavior in consuming an item and partial influence consumer behavior in class XI student of SMA Negeri 2 Bae Kudus. Suggestions relating to this study for students is to continue to learn financial management in meeting their daily needs and prioritize to choose needs that must be met first and the parents are expected to continue to control their finances so as not extravagant in spending his pocket money.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN KELULUSAN.....	iii
PERNYATAAN	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
PRAKATA.....	vi
SARI	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	17
1.3 Cakupan Masalah	18
1.4 Perumusan Masalah.....	19
1.5 Tujuan Penelitian.....	20
1.6 Kegunaan Penelitian	20
1.7 Orisinalitas Penelitian	21
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS.....	23
2.1 <i>Grand Theory</i>	23
2.1.1 <i>Behaviorisme Theory</i> (Teori Perilaku).....	23
2.1.2 <i>Consumer Behavior Theory</i> (Teori Perilaku Konsumen)	25
2.2 Perilaku Konsumtif.....	26
2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumtif.....	26
2.2.2 Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumtif	29
2.2.3 Indikator-Indikator Perilaku Konsumtif.....	36
2.3 <i>Financial Literacy</i>	37

2.3.1	Pengertian <i>Financial Literacy</i>	37
2.3.2	Aspek-Aspek <i>Financial Literacy</i>	40
2.3.3	Indikator-Indikator <i>Financial Literacy</i>	40
2.4	Pengendalian Diri.	42
2.4.1	Pengertian Pengendalian Diri	42
2.4.2	Aspek-Aspek Pengendalian Diri.....	44
2.4.3	Jenis-Jenis Pengendalian Diri	46
2.4.4	Indikator-Indikator Pengendalian Diri	46
2.4.5	Faktor-Faktor Pengendalian Diri	47
2.5	Teman Sebaya	49
2.5.1	Pengertian Teman Sebaya	49
2.5.2	Ciri-Ciri Teman Sebaya	51
2.5.3	Fungsi Teman Sebaya	52
2.5.4	Indikator-Indikator Teman Sebaya	53
2.6	Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua	56
2.6.1	Pengertian Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua.....	56
2.6.2	Ukuran Sosial Ekonomi	57
2.6.3	Tingkatan Status Ekonomi	58
2.6.4	Indikator-Indikator Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua.....	58
2.7	Kajian Penelitian Terdahulu.....	60
2.8	Kerangka Berpikir	65
2.9	Hipotesis Penelitian	74
BAB III	METODE PENELITIAN	75
3.1	Jenis Dan Desain Penelitian	75
3.2	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	76
3.2.1	Populasi	76
3.2.2	Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	76
3.3	Variabel Penelitian.....	78
3.3.1	Variabel Dependen.....	78
3.3.2	Variabel Independen	79
3.4	Instrumen dan Uji Instrumen Penelitian	80

3.4.1 Instrumen Penelitian	80
3.4.2 Pengujian Validitas	82
3.4.3 Pengujian Reliabilitas.....	86
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	87
3.5.1 Kuesioner (Angket)	87
3.6 Teknik Analisis Data	88
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	88
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	90
3.6.2.1 Uji Normalitas.....	90
3.6.2.2 Uji Linieritas.	90
3.6.2.3 Uji Multikolinieritas.....	91
3.6.2.4 Uji Heteroskedastisitas	91
3.7 Analisis Regresi Linier Berganda.....	92
3.8 Analisis Uji Hipotesis	92
3.8.1 Uji Simultan (Uji F)	93
3.8.2 Uji Parsial (Uji t)	93
3.9 Analisis Koefisien Determinasi.....	94
3.9.1 Koefisien Determinasi Simultan (R^2)	94
3.9.2 Koefisien Determinasi Parsial (r^2)	95
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	96
4.1 Hasil Penelitian.....	96
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	96
4.1.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	97
4.1.2.1 <i>Financial Literacy</i>	98
4.1.2.2 Pengendalian Diri.	102
4.1.2.3 Teman Sebaya	107
4.1.2.4 Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua.....	112
4.1.2.5 Perilaku Konsumtif.....	117
4.1.3 Uji Asumsi Klasik.....	121
4.1.3.1 Uji Normalitas	121
4.1.3.2 Uji Linieritas	122

4.1.3.3 Uji Multikolinieritas	125
4.1.3.4 Uji Heteroskedastisitas	126
4.1.4 Analisis Regresi Linier Berganda	127
4.1.5 Analisis Uji Hipotesis	130
4.1.5.1 Uji Simultan (Uji F).....	130
4.1.5.2 Uji Parsial (Uji t)	131
4.1.6 Analisis Koefisien Determinasi	133
4.1.6.1 Koefisien Determinasi Simultan (R^2)	133
4.1.6.2 Koefisien Determinasi Parsial (r^2)	135
4.2 Pembahasan.....	136
4.2.1 Pengaruh <i>Financial Literacy</i> , Pengendalian Diri, Teman Sebaya Dan Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 2 Bae Kudus	136
4.2.2 Pengaruh <i>Financial Literacy</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 2 Bae Kudus	142
4.2.3 Pengaruh Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 2 Bae Kudus	145
4.2.4 Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 2 Bae Kudus	147
4.2.5 Pengaruh Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 2 Bae Kudus	150
BAB V PENUTUP.....	153
5.1 Simpulan	153
5.2 Saran	154
Daftar Pustaka	156
Lampiran	169

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Besaran Uang Saku Siswa Kelas XI SMA N 2 Bae Kudus	6
Tabel 1.2	Rata-Rata Pengeluaran Siswa Kelas XI SMA N 2 Bae Per Bulan	6
Tabel 1.3	Intensitas Pergi Ke Tempat Hiburan Dan Belanja di <i>Mall</i>	7
Tabel 1.4	Pilihan Kebutuhan dan Keinginan Siswa	8
Tabel 1.5	Kontrol Keuangan Orang Tua Siswa SMA Negeri 2 Bae Kudus	8
Tabel 1.6	Pengendalian Diri Siswa SMA Negeri 2 Bae Kudus	9
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	60
Tabel 3.1	Penyebaran Sampel Penelitian di SMA Negeri 2 Bae Kudus.....	77
Tabel 3.2	Kisi-Kisi Uji Coba Instrumen	81
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif.....	83
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Financial Literacy</i>	83
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas Variabel Pengendalian Diri	84
Tabel 3.6	Hasil Uji Validitas Variabel Teman Sebaya	85
Tabel 3.7	Hasil Uji Validitas Variabel Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua.....	85
Tabel 3.8	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	86
Tabel 3.9	Kategori Penskoran Jawaban Angket Berdasarkan Skala <i>Likert</i>	88
Tabel 4.1	Statistik Deskriptif.....	97
Tabel 4.2	Hasil Deskripsi Variabel <i>Financial Literacy</i>	99
Tabel 4.3	Hasil Deskripsi Indikator Uang dan Transaksi	100
Tabel 4.4	Hasil Deskripsi Indikator Perencanaan dan Pengelolaan Keuangan ..	101
Tabel 4.5	Hasil Deskripsi Indikator Risiko dan Keuntungan.....	101
Tabel 4.6	Hasil Deskripsi Indikator Wawasan Keuangan.....	102
Tabel 4.7	Hasil Deskripsi Variabel Pengendalian Diri Siswa	103
Tabel 4.8	Hasil Deskripsi Indikator Kemampuan Mengontrol Perilaku	104
Tabel 4.9	Hasil Deskripsi Indikator Kemampuan Mengontrol Stimulus.....	105
Tabel 4.10	Hasil Deskripsi Indikator Mengantisipasi Suatu Peristiwa.....	105
Tabel 4.11	Hasil Deskripsi Indikator Menafsirkan Peristiwa atau Kejadian	106
Tabel 4.12	Hasil Deskripsi Indikator Kemampuan Mengambil Keputusan	107
Tabel 4.13	Hasil Deskripsi Variabel Teman Sebaya	108

Tabel 4.14 Hasil Deskripsi Indikator Kerja Sama	109
Tabel 4.15 Hasil Deskripsi Indikator Persaingan	109
Tabel 4.16 Hasil Deskripsi Indikator Pertentangan	110
Tabel 4.17 Hasil Deskripsi Indikator Penerimaan	111
Tabel 4.18 Hasil Deskripsi Indikator Persesuaian	111
Tabel 4.19 Hasil Deskripsi Indikator Perpaduan.....	112
Tabel 4.20 Hasil Deskripsi Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua.....	113
Tabel 4.21 Hasil Deskripsi Tingkat Pendidikan Ayah.....	114
Tabel 4.22 Hasil Deskripsi Tingkat Pendidikan Ibu	114
Tabel 4.23 Hasil Deskripsi Tanggungan Orang Tua	115
Tabel 4.24 Hasil Deskripsi Anggota Keluarga yang Menempuh Pendidikan.....	116
Tabel 4.25 Hasil Deskripsi Tingkat Pendapatan	117
Tabel 4.26 Hasil Deskripsi Variabel Perilaku Konsumtif.....	118
Tabel 4.27 Hasil Deskripsi Indikator Iming-Iming Hadiah	118
Tabel 4.28 Hasil Deskripsi Indikator Kemasan Menarik.....	119
Tabel 4.29 Hasil Deskripsi Indikator Menjaga Gengsi.....	120
Tabel 4.30 Hasil Deskripsi Indikator Mempertimbangkan Harga	120
Tabel 4.31 Hasil Deskripsi Indikator Mencoba Lebih dari Dua Produk	121
Tabel 4.32 Hasil Uji Normalitas.....	122
Tabel 4.33 Hasil Uji Linieritas Variabel <i>Financial Literacy</i>	123
Tabel 4.34 Hasil Uji Linieritas Variabel Pengendalian Diri	124
Tabel 4.35 Hasil Uji Linieritas Variabel Teman Sebaya	124
Tabel 4.36 Hasil Uji Linieritas Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua.....	125
Tabel 4.37 Hasil Uji Multikolinieritas	126
Tabel 4.38 Hasil Uji Glejser pada Uji Heteroskedastisitas	127
Tabel 4.39 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	128
Tabel 4.40 Hasil Uji Simultan (Uji F)	130
Tabel 4.41 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	131
Tabel 4.42 Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan (R^2).....	133
Tabel 4.43 Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial (r^2).....	135

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Berpikir.....	73
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Angket Observasi Awal Perilaku Konsumtif Siswa	164
Lampiran 2	Tabulasi Data Awal.....	167
Lampiran 3	Kisi-Kisi Instrumen Uji Coba Penelitian.....	178
Lampiran 4	Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen	186
Lampiran 5	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	192
Lampiran 6	Daftar Responden Penelitian	200
Lampiran 7	Tabulasi Data Hasil Penelitian	202
Lampiran 8	Tabulasi Olah Data SPSS	216
Lampiran 9	Analisis Deskriptif Per Indikator	218
Lampiran 10	Analisis Deskriptif Statistik Per Variabel.....	236
Lampiran 11	Analisis Deskriptif Statistik Per Indikator Variabel	238
Lampiran 12	Hasil Analisis	244
Lampiran 13	Surat Keterangan Penelitian	249

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kegiatan konsumsi tidak akan pernah bisa lepas dari kehidupan manusia, dengan perkembangan teknologi yang canggih mempermudah remaja untuk membeli sesuatu dengan mudah dan modernisasi yang mendorong remaja untuk berperilaku konsumtif. Kebutuhan manusia tidak terbatas, manusia harus dapat memenuhi setiap kebutuhannya dan pada hakikatnya manusia selalu saja merasa kurang atau selalu merasa tidak puas akan sesuatu. Apabila satu kebutuhan sudah terpenuhi maka kebutuhan lain akan muncul. Perilaku konsumtif seringkali dikaitkan dengan kecenderungan belanja, karena berbelanja dapat dijadikan alternatif untuk melepas penat dan stress akibat aktivitas sehari-hari. Manusia yang konsumtif akan rela melakukan dan mengorbankan berbagai hal agar dapat memilikinya.

Hariyono (2015:569) menyatakan bahwa perilaku konsumtif harus mengeluarkan biaya yang lebih tinggi karena bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan saja tetapi lebih mengarah pada pemenuhan tuntutan keinginan. Sukari, dkk (2013:17) menyatakan bahwa perilaku konsumtif dan hedonise telah merekat pada kehidupan manusia. Karena hidup dalam dunia konsumerisme tidak pandang umur, jenis kelamin ataupun status sosial. Pola hidup konsumtif sering dijumpai di kalangan generasi muda, yang orientasinya diarahkan kenikmatan, kesenangan, serta kepuasan dalam mengkonsumsi barang secara berlebihan yang

sudah menjadi hal biasa dalam kehidupan mereka. Kegiatan konsumsi dapat menimbulkan permasalahan ketika seseorang lebih mendahulukan keinginan dibandingkan dengan kebutuhan. Sehingga mereka sering kali mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan atau dapat dikatakan sebagai perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif tidak boleh dibiarkan tumbuh dalam kehidupan masyarakat. Jika hal itu dibiarkan akan mempengaruhi kondisi keuangan. Perilaku konsumtif yang tidak dapat dikendalikan lambat laun akan mempengaruhi kebiasaan dan menjadi gaya hidup seseorang. Kondisi ini lebih buruk ketika perilaku konsumtif tidak hanya terjadi pada orang dewasa, namun juga menimpa remaja (Imawati, dkk, 2013:8).

Perilaku konsumtif pada remaja yang dilakukan terus menerus tanpa ada kontrol akan menimbulkan dampak pada masa depan. Dampak negatif dari perilaku konsumtif yaitu pola hidup boros yang dapat mengurangi kesempatan untuk menabung dan cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang karena lebih banyak mengkonsumsi barang pada saat ini. Menabung termasuk investasi masa depan yang nilai risikonya kecil, jika untuk memenuhi kebutuhan sampai tidak memiliki cadangan uang untuk menabung akan sulit bagi seseorang untuk mengatur keuangan masa depan. Remaja masa kini banyak sekali tekanan-tekanan yang mereka dapatkan, mulai dari perkembangan fisiologi, ditambah dengan kondisi lingkungan dan sosial budaya serta perkembangan teknologi yang semakin pesat. Hal ini dapat mengakibatkan munculnya masalah-masalah perilaku yang tidak sesuai, contohnya akan muncul perilaku konsumtif. Padahal seharusnya konsumen dapat bertindak rasional dalam memenuhi kebutuhannya,

namun kenyataannya tidak sedikit konsumen yang berperilaku tidak rasional atau menuruti kehendak hati dengan membeli barang yang tidak begitu dibutuhkan.

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 suatu fenomena yang terjadi pada saat ini. Menurut Dikria dan Minarti (2016:130) masa remaja berada pada usia 13-21 tahun, pada usia ini merupakan masa peralihan dan pencarian jati diri, remaja mengalami proses pembentukan dalam perilakunya, dimana para remaja mencari dan berusaha untuk mencapai pola diri yang ideal. Dalam masa tersebut, terdapat keraguan akan peran yang harus dilakukan. Pada masa remaja, remaja tidak dapat dianggap sebagai anak kecil dan juga belum dapat dikatakan sebagai seorang dewasa. Sifat egoisme, pencarian diri, dan eksistensi diri cenderung dimiliki seorang remaja. Arus globalisasi dan segala kemudahan yang ditawarkan, banyak menjebak remaja dalam kehidupan konsumtif. Hal tersebut menyebabkan para remaja mudah terpengaruh oleh berbagai hal di sekelilingnya, baik yang positif maupun yang negatif. Para remaja ingin menunjukkan diri bahwa mereka juga dapat mengikuti mode yang sedang *update* padahal mode selalu berubah, sehingga para remaja tidak pernah puas dengan apa yang dimilikinya, sehingga menyebabkan mereka mengkonsumsi barang dan jasa tanpa berpikir panjang.

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

Menurut Dikria dan Mintarti (2016:131) perilaku konsumtif ini dapat terus mengakar di dalam gaya hidup sekelompok remaja, dalam perkembangannya mereka akan menjadi orang-orang dewasa dengan gaya hidup konsumtif jika tidak ditangani. Seharusnya pada usia tersebut, siswa dapat menyesuaikan kebutuhannya. Kebutuhan yang dapat menunjang prestasi mereka dalam kegiatan belajar (seperti buku pelajaran, peralatan sekolah, dan lain-lain). Kelompok teman sebaya memiliki peran penting dalam kehidupan remaja. Secara tidak langsung kelompok teman sebaya akan merubah sikap dan perilaku individu sesuai dengan harapan yang dibentuk kelompok agar individu dapat diterima dalam kelompok tersebut. Salah satu perubahan tersebut yaitu dalam hal mengonsumsi. Remaja akan memiliki rasa ketergantungannya dalam kelompok sehingga akan mengikuti

apa yang diinginkan kelompoknya. Jika keinginan remaja tidak terpenuhi maka akan timbul rasa kecewa, marah, tidak percaya diri dan akan melakukan segala cara untuk memenuhi konsumsinya. Dalam kehidupan sehari-hari baik di lingkungan masyarakat maupun sekolah, seorang siswa seharusnya tidak perlu memilih-milih dalam bergaul dan tidak harus menyesuaikan perilaku teman-temannya maupun orang lain. Hendaknya siswa dapat menerima semua orang tanpa memandang kelas sosialnya, dari mana mereka berasal, bagaimana mereka hidup dan dari ekonomi seperti apa mereka tumbuh. Namun fenomena saat ini yang terjadi seorang siswa terpengaruh oleh temannya yang berasal dari ekonomi atas, pergaulan dan pola pikir yang baru, *style* yang semakin berkembang, pengetahuan teknologi dan informasi yang semakin maju, serta lengkapnya fasilitas yang mereka miliki. Hal tersebut membuat para siswa menjadi berperilaku konsumtif karena menyesuaikan dengan lingkungan sekitarnya.

Pada siswa SMA Negeri 2 Bae Kudus, walaupun sudah mendapatkan pengetahuan keuangan yang sudah diajarkan oleh orang tua, sekolah dan lingkungan sekitarnya baik secara langsung maupun tidak langsung. Siswa SMA Negeri 2 Bae Kudus tetap menunjukkan perilaku konsumtif yang tinggi. Hal ini dapat dilihat dari hasil observasi yang dilakukan oleh penulis tentang besaran uang saku yang diterima oleh siswa kelas XI SMA Negeri 2 Bae Kudus dari orang tua sebagai berikut:

Tabel 1.1 Besaran Uang Saku Siswa Kelas XI SMA N 2 Bae Kudus

Besaran Uang Saku Siswa	Jumlah	Persentase
> Rp 41.000	7	19,4%
Rp 31.000 – Rp 40.000	6	16,7%
Rp 21.000 – Rp 30.000	14	38,9%
Rp 10.000 – Rp 20.000	9	25%
Total	36	100%

Sumber: Data primer observasi yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan bahwa banyaknya uang saku yang diterima siswa kelas XI SMA Negeri 2 Bae Kudus berkisar antara rentang Rp 21.000 sampai Rp 30.000 per harinya atau Rp 630.000 sampai Rp 900.000 per bulan. Bahkan 19,4% siswa memiliki besaran uang saku lebih dari Rp 41.000 per hari atau sekitar Rp 1.230.000 per bulannya. Berikut dapat dilihat pada Tabel 1.2 rata-rata pengeluaran per bulan siswa kelas XI SMA Negeri 2 Bae Kudus.

Tabel 1.2 Rata-Rata Pengeluaran Siswa Kelas XI SMA N 2 Bae Per Bulan

Jenis Pengeluaran	Jumlah Rata-Rata	%
Kebutuhan Jajan (makanan dan minuman)	Rp 380.694	44,95%
Kebutuhan Kesenangan (jalan-jalan, nonton bioskop, membeli baju, dan lain-lain)	Rp 396.250	46,80%
Kebutuhan Pendidikan (alat tulis, buku, fotokopi dan lain-lain)	Rp 69.861	8,25%
Jumlah	Rp 846.805	100%

Sumber: Data primer observasi yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan bahwa pengeluaran konsumsi siswa kelas XI SMA Negeri 2 Bae Kudus untuk kebutuhan jajan sebesar 44,95% dan kebutuhan yang sifatnya kesenangan seperti (jalan-jalan, nonton bioskop, karaoke, membeli baju) sebesar 46,80% lebih tinggi nilainya dibandingkan dengan pengeluaran siswa untuk kebutuhan pendidikan sebesar 8,25%. Uang saku siswa lebih banyak digunakan untuk konsumsi jajan, *shopping*, jalan-jalan, dan lain-lain, dari pada digunakan untuk ditabung (simpanan). Hal ini menunjukkan bahwa

siswa SMA Negeri 2 Bae Kudus memiliki sifat boros dan menggunakan uang tidak sesuai dengan kebutuhannya. Berikut dapat dilihat pada Tabel 1.3 intensitas pergi ke tempat hiburan dan belanja *online* dalam 1 bulan.

Tabel 1.3
Intensitas Pergi Ke Tempat Hiburan Dan Belanja *Online* dalam 1 Bulan

No.	Kegiatan	Keterangan					
		Tidak Pernah		Hanya Sekali		Lebih dari 3 kali	
		F	%	F	%	F	%
1.	Pergi ke tempat hiburan	3	8,3%	8	22,2%	25	69,4%
2.	Belanja <i>online</i>	2	5,6%	11	30,5%	23	63,9%

Sumber: Data primer observasi yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 1.3 menunjukkan bahwa siswa kelas XI SMA Negeri 2 Bae Kudus cenderung memiliki perilaku konsumtif. Hal ini terlihat dari perilaku mereka yang biasa pergi ke tempat hiburan (seperti: makan di *restaurant* atau *cafe*, karaoke keluarga, nonton bioskop, dan tempat *hangout* lainnya) lebih dari 3 kali dalam sebulan sebesar 69,4% siswa selama satu bulan. Selain itu, kecenderungan perilaku konsumtif siswa terlihat dari perilaku mereka yang sering belanja *online* lebih dari 3 kali dalam sebulan sebesar 63,9%. Siswa akan terus mengkonsumsi barang-barang baru dengan membeli tanpa batas, sehingga menggiring mereka untuk tidak hemat dan menjauh dari pola hidup sederhana. Bahkan 5,6% siswa tidak pernah belanja *online* karena mereka benar-benar mempertimbangkan sebelum melakukan pembelian. Pembelian melalui *online shop* apabila dilakukan secara terus-menerus maka akan memberikan pengaruh yang menimbulkan perilaku konsumtif. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Chita, dkk (2015) yang menyatakan bahwa intensitas belanja yang dikatakan sering, kebanyakan dari mereka berbelanja di atas 3 kali dalam sebulan.

Tabel 1.4**Pilihan Kebutuhan dan Keinginan Siswa SMA Negeri 2 Bae Kudus**

No.	Pernyataan	Selalu		Sering		Kadang-Kadang		Tidak Pernah	
		F	%	F	%	F	%	F	%
1	Melakukan pembelian lebih kepada kebutuhan daripada keinginan	3	8,3%	6	16,7%	9	25%	18	50%

Sumber: Data primer observasi yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 1.4 menunjukkan bahwa siswa yang melakukan pembelian lebih kepada kebutuhan hanya 8,3%, sedangkan siswa yang melakukan pembelian lebih mengikuti keinginan sebesar 50% dan kadang-kadang mengikuti kebutuhan sebesar 25%. Hal ini menunjukkan bahwa banyak siswa lebih mengutamakan membeli barang berdasarkan keinginan daripada berdasarkan kebutuhan mereka.

Tabel 1.5**Kontrol Keuangan Orang Tua Siswa SMA Negeri 2 Bae Kudus**

No.	Pernyataan	Selalu		Sering		Kadang-Kadang		Tidak Pernah	
		F	%	F	%	F	%	F	%
1	Orang tua sering mengontrol keuangan anda	4	11,1%	5	13,9%	7	19,4%	20	55,6%

Sumber: Data primer observasi yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 1.5 menunjukkan bahwa 55,6% orang tua siswa tidak pernah mengontrol keuangan anaknya, 19,4% orang tua siswa kadang-kadang mengontrol keuangan anaknya dan hanya 11,1% orang tua siswa selalu mengontrol keuangan anaknya. Kemampuan individu untuk mempertahankan kontrol diri dalam berhemat tergantung pada keinginan dan kemauan.

Tabel 1.6
Pengendalian Diri Siswa SMA Negeri 2 Bae Kudus

No.	Pernyataan	Selalu		Sering		Kadang-Kadang		Tidak Pernah	
		F	%	F	%	F	%	F	%
1	Sering terpengaruh oleh teman untuk membeli sesuatu	10	27,7%	15	41,7%	6	16,7%	5	13,9%
2	Kontrol keuangan pribadi	3	8,3%	8	22,2%	11	30,6%	14	38,9%

Sumber: Data primer observasi yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 1.6 menunjukkan tentang seringnya siswa terpengaruh oleh temannya sendiri dalam membeli sesuatu. Dimana 27,7% siswa selalu terpengaruh oleh temannya dalam membeli sesuatu dan 41,7% siswa sering terpengaruh oleh temannya. Selain itu, hanya 38,9% siswa yang tidak pernah melakukan kontrol keuangan pribadi dan 30,6% siswa kadang-kadang melakukan kontrol keuangan pribadi.

Berdasarkan data observasi awal diatas yang telah dilakukan dilapangan, diperoleh kenyataan bahwa banyak dari siswa SMA Negeri 2 Bae Kudus berperilaku konsumtif. Masalah tersebut disebabkan perilaku hidup boros, lebih mengikuti keinginan daripada kebutuhan, kurangnya kontrol keuangan dari orang tua, ketidakmampuan dalam mengontrol keuangan pribadi dan mudah terpengaruh oleh teman untuk membeli sesuatu. Tanpa disadari, hal tersebut menjadikan kebiasaan buruk pada perilaku keuangan mereka yang tidak dapat melakukan pengendalian diri kepada keuangan pribadi, dan kurangnya kontrol keuangan dari orang tua yang menyebabkan pengeluaran yang berlebihan.

Menurut Purwanti (2011:11) 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 anak tersebut membelanjakan uang sakunya untuk membeli kebutuhan sekolah. Menurut Sukari, dkk (2013), perilaku konsumtif sebenarnya dapat dipahami ketika melihat usia remaja sebagai usia peralihan dalam mencari identitas diri. Remaja usia sekolah ingin diakui eksistensinya oleh lingkungannya dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungan tersebut. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain yang sebaya, sehingga berusaha untuk mengikuti berbagai atribut yang sedang *trend*.

Remaja usia sekolah dalam perkembangan emosinya masih memandang bahwa atribut yang spesial itu sama penting (bahkan lebih penting) dengan substansi (Sukari, dkk, 2013). Apa yang dikenakan oleh seseorang artis yang menjadi idola remaja menjadi lebih penting untuk ditiru dibandingkan dengan kerja keras dan usaha yang dilakukan artis idolanya itu untuk sampai pada kepopulerannya. Hal ini menjadi masalah jika dilakukan remaja secara berlebihan. Perilaku konsumtif sangat erat hubungannya dengan teori *consumer behaviour*. Perilaku konsumtif dapat dikaitkan dengan perilaku individu dalam bentuk pengambilan keputusan, pemilihan merek dan penolakan pada suatu produk. Mengacu pada perilaku konsumen tersebut, siswa yang masih dalam usia remaja seharusnya dapat mengelola keuangan untuk konsumsi dengan baik. Akan tetapi berdasarkan hasil observasi awal, perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 2 Bae Kudus masih tinggi. Maka dari itu perlu dilakukan penelitian lebih lanjut

mengenai perilaku konsumtif siswa khususnya siswa kelas XI SMA Negeri 2 Bae Kudus agar dapat diketahui penyebab perilaku konsumtif.

Nurachma dan Arief (2017:491) menyatakan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen yang konsumtif adalah faktor internal seperti motivasi, sikap, kepribadian, pembelajaran dan memori serta pemrosesan informasi. Kemudian faktor eksternal dipengaruhi oleh budaya, kelas sosial, kelompok sosial, keluarga, individu dan pengaruh lain seperti peristiwa atau kejadian yang pernah dialami. Sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar diri siswa, yaitu faktor lingkungan sosial dan non sosial.

Bahari dan Ashoer (2018:73) mengatakan bahwa perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan faktor psikologi. Keempat faktor tersebut merupakan faktor yang memengaruhi konsumen dalam perilaku membeli atau dalam melakukan keputusan pembelian, tetapi ada sub faktor yang mempunyai peran penting dalam perilaku konsumen yaitu sub faktor sosial yaitu dari lingkungan keluarga dan teman sebaya, sub faktor pribadi yaitu pengendalian diri dan sub faktor psikologis dari literasi keuangan. Faktor-faktor yang telah diuraikan diatas menjadi dasar bagi peneliti dalam memberikan dugaan terkait penyebab perilaku konsumtif siswa pada kelas XI SMA Negeri 2 Bae Kudus. Penelitian mengenai perilaku konsumtif dengan obyek siswa kelas XI sebelumnya juga pernah dilakukan oleh Andin (2016) hasil penelitian tersebut adalah terdapat hubungan positif dan signifikan antara interaksi teman sebaya dengan perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA N 6 Yogyakarta.

Perilaku konsumtif erat kaitannya dengan konsumsi impulsif (*impulsive consumption*). Menurut Nurachma dan Arief (2017:492) konsumsi impulsif merupakan pembelanjaan yang berulang-ulang, sering berlebihan, sebagai penawar ketegangan, kecemasan, depresi, kebosanan, dan terjadi akibat dorongan keinginan. Chen dan Ronald (1998) mengartikan *financial literacy* sebagai pengetahuan untuk mengelola keuangan. Penelitian mengenai *financial literacy* telah banyak dilakukan pada negara maju. Perkembangan *financial literacy* memberikan dampak positif terhadap perkembangan ekonomi secara mikro maupun makro. *Financial literacy* yang baik menjadikan konsumen cerdas, dapat memilah barang, dapat mengatur keuangan dengan baik dan merencanakan masa depan. Konsumen yang paham *financial literacy* akan lebih cerdas memilih, memberikan komplain maupun melakukan investasi. Semakin tinggi *financial literacy* dapat mengurangi perilaku konsumtif.

Menurut Harli, dkk (2015:58) *financial literacy* yang tinggi menyebabkan individu dapat mengelola keuangan dengan baik, sehingga individu tidak perlu mengeluarkan uang lebih dari yang seharusnya. Lusardi dan Mitchell (2007) mendefinisikan *financial literacy* sebagai pengetahuan keuangan dan kemampuan untuk mengaplikasikannya (*knowledge and ability*). Literasi keuangan saat ini menjadi lebih penting dibanding sebelumnya, tidak hanya untuk keluarga dan pelaku ekonomi profesional. Dengan literasi keuangan menjadikan masyarakat mampu mengelola sumber keuangannya dan memilih jenis investasi yang sesuai dengan kondisi keuangan. Konsumen yang cerdas adalah konsumen yang mampu mengukur kemampuan keuangan dengan barang yang dibeli dan sesuai dengan

kebutuhan. Menurut Imawati, *dkk* (2013:50) literasi keuangan yang baik menjadikan konsumen dapat memilih barang, mengatur keuangan dengan baik dan dapat merencanakan masa depan, serta konsumen yang memiliki pemahaman akan literasi keuangan akan lebih cerdas memilih dan memberikan komplain terhadap barang atau jasa yang mereka konsumsi. Rendahnya literasi keuangan akan berdampak pada rendahnya keinginan menabung untuk perencanaan pada masa depan dan kebiasaan belanja yang berlebihan akan menjadikan masyarakat menjadi konsumtif, sehingga sulit untuk menjadi konsumen yang cerdas. Literasi keuangan akan membantu individu menjadi konsumen yang lebih baik, kritis melihat kualitas, harga dan pelayanan dari suatu produk. Literasi keuangan sebenarnya sudah diajarkan oleh orang tua, sekolah dan lingkungan sekitar baik secara langsung maupun tidak langsung, seperti pembelajaran untuk menabung, mengurangi jajan, menghitung bunga tabungan, dan sebagainya.

Penelitian yang dilakukan oleh Fattah, *dkk* (2018) menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh negatif dan signifikan *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar. Semakin tinggi tingkat *financial literacy* individu, maka perilaku konsumtif akan semakin rendah. Individu yang memiliki tingkat *financial literacy* rendah, cenderung melakukan keputusan yang tidak produktif, menggunakan uang untuk keperluan yang kurang berguna. Pengendalian diri dalam hal pengelolaan keuangan merupakan sebuah aktivitas yang mendorong seseorang untuk melakukan penghematan dengan menurunkan pembelian *impulsive* (Putra, *dkk* 2012). Pengelolaan keuangan pribadi juga menuntut adanya pola hidup yang memiliki prioritas.

Pengendalian diri bisa diartikan sebagai suatu pengendalian tingkah laku. Pengendalian tingkah laku mengandung makna yaitu dalam melakukan sesuatu seseorang mempertimbangkan terlebih dahulu mana yang baik dan mana yang benar sebelum melakukan tindakan. Semakin tinggi pengendalian diri seseorang maka semakin tinggi pula pengendalian tingkah laku orang tersebut. Pengendalian diri membantu mencapai keberhasilan dalam jangka panjang atau tujuan yang lebih tinggi dengan mengesampingkan kesenangan jangka pendek. Apabila pengendalian diri tinggi maka tidak akan terjadi perilaku konsumtif. Seseorang mengontrol pengeluarannya dengan melawan keinginan atau dorongan untuk membelanjakan uang secara berlebihan atau dengan kata lain membelanjakan uang berdasarkan keinginan bukan kebutuhan. Beberapa penelitian terkait pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif telah dilakukan.

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Astidewi (2018) menunjukkan bahwa terdapat hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada siswa SMAN 5 Samarinda dengan arah hubungan penelitian ini adalah negatif, yang berarti semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif dan semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Chita, *dkk* (2015) dalam penelitiannya juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara *self control* dengan perilaku konsumtif.

Susilowati dan Sari (2014:8) berpendapat bahwa teman sebaya merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap kehidupan masa-masa remaja. Kadeni dan Srijani (2018:64) mengatakan bahwa teman sebaya adalah anak-anak atau remaja yang memiliki usia atau tingkat kematangan yang kurang lebih sama dan

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

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

Menurut Rizkiana (2014:189) kondisi sosial ekonomi orang tua adalah keadaan atau kenyataan yang terlihat atau dirasakan oleh indra manusia tentang keadaan orang tua dan kemampuan orang tua dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Kondisi ekonomi seseorang akan mempengaruhi seberapa konsumtif orang tersebut. Mutrofin (2015:58) menjelaskan tentang kaitan kelas sosial dengan perilaku konsumtif, di mana orang dengan kelas sosial rendah membeli barang untuk kebutuhan sehari-hari yang diobral atau harga promosi. Sedangkan orang dengan kelas sosial menengah ke atas cenderung untuk membeli barang mahal dan untuk menampakkan kekayaan. Menurut Anggraeni dan Setiaji (2018:176) kelas sosial sebagai pembagian anggota-anggota masyarakat kedalam suatu hirarki kelas-kelas status yang berbeda, sehingga anggota dari setiap kelas yang relatif sama mempunyai kesamaan. Menurut Sukari, dkk (2013:3) dikalangan remaja yang memiliki orang tua dengan kelas ekonomi yang cukup berada terutama di kota-kota besar, *mall*, sudah menjadi rumah kedua. Mereka ingin menunjukkan bahwa dirinya bisa mengikuti mode yang sedang beredar.

Padahal mode selalu berubah sehingga generasi muda tidak pernah puas dengan apa yang dimilikinya. Beberapa penelitian terkait kondisi sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa telah dilakukan. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Nurachma dan Arief (2017) dalam penelitiannya menemukan bahwa kondisi sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016. Amaliya dan Setiaji (2017) dalam penelitiannya juga menunjukkan bahwa kondisi sosial ekonomi orang tua

berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA N 1 Semarang angkatan 2016/2017. Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang “Pengaruh *Financial Literacy*, Pengendalian Diri, Teman Sebaya dan Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 2 Bae Kudus”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Keinginan supaya dapat diterima di lingkungan teman sebaya mendorong siswa di SMA Negeri 2 Bae Kudus untuk berperilaku konsumtif.
2. Siswa ketika berbelanja, tidak bisa mengendalikan diri untuk tidak membeli barang bahkan sering ikut-ikutan dengan temannya.
3. Uang saku yang diberikan oleh orang tua terkadang kurang atau tidak dapat mencukupi kebutuhan siswa karena perilaku konsumtif.
4. Adanya pengaruh dukungan teman sebaya menyebabkan siswa mudah terbujuk dan selalu mengikuti *trend* yang sedang berkembang, sehingga mendorong siswa untuk berperilaku konsumtif.
5. Tingkat pengelolaan keuangan siswa masih kurang baik, seperti pada tabel 1.2 rata-rata pengeluaran siswa dalam satu bulan terlihat bahwa pengeluaran untuk kebutuhan yang sifatnya kesenangan lebih besar dibandingkan untuk kebutuhan pendidikan.

6. Perkembangan teknologi informasi seperti media sosial memberikan perubahan pola konsumsi siswa karena memudahkan siswa dalam membeli barang sehingga perilaku konsumsi siswa menjadi tidak rasional.
7. Siswa berada dalam kelas sosial menengah ke atas dan cenderung untuk mengkonsumsi lebih banyak. Hal ini terjadi karena dengan pemberian uang saku yang melimpah akan membuat siswa mudah dalam membelanjakannya dan apabila penggunaan tersebut dilakukan tanpa landasan rasional maka akan mengarah pada perilaku konsumtif.

1.3 Cakupan Masalah

Berdasarkan uraian berbagai masalah yang terjadi dan sudah peneliti paparkan dalam latar belakang di atas, maka peneliti memberikan cakupan atau batasan masalah-masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Perilaku konsumtif siswa berkaitan dengan kecenderungan siswa untuk melakukan konsumsi tidak sesuai kebutuhan, membeli sesuatu yang berlebihan dan membelanjakan uang sakunya secara tidak realistis.
2. *Financial literacy* merupakan pengetahuan dan kemampuan seseorang untuk mengelola sumber daya yang dimiliki guna meraih tujuan keuangan di masa kini dan masa yang akan datang.
3. Pengendalian diri merupakan suatu kemampuan individu untuk mengatur perilaku, membuat keputusan dan melakukan tindakan efektif yang dapat membawa individu membuat keputusan yang tepat dalam mengelola keuangannya.

4. Teman sebaya dalam penelitian ini adalah teman sebaya yang ada di lingkungan sekolah SMA Negeri 2 Bae Kudus.
5. Kondisi sosial ekonomi orang tua adalah keadaan atau kenyataan yang terlihat atau dirasakan oleh indra manusia tentang keadaan orang tua dan kemampuan orang tua dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI di SMA Negeri 2 Bae Kudus?
2. Apakah ada pengaruh pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI di SMA Negeri 2 Bae Kudus?
3. Apakah ada pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI di SMA Negeri 2 Bae Kudus?
4. Apakah ada pengaruh kondisi sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI di SMA Negeri 2 Bae Kudus?
5. Apakah ada pengaruh *financial literacy*, pengendalian diri, teman sebaya dan kondisi sosial ekonomi orang tua secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI di SMA Negeri 2 Bae Kudus?

1.5 Tujuan Penelitian

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

1. Menganalisis pengaruh *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI di SMA Negeri 2 Bae Kudus.
2. Menganalisis pengaruh pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI di SMA Negeri 2 Bae Kudus.
3. Menganalisis pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI di SMA Negeri 2 Bae Kudus.
4. Menganalisis pengaruh kondisi sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI di SMA Negeri 2 Bae Kudus.
5. Menganalisis pengaruh *financial literacy*, pengendalian diri, teman sebaya dan kondisi sosial ekonomi orang tua secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI di SMA Negeri 2 Bae Kudus.

1.6 Kegunaan Penelitian

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

1. Manfaat Teoritis
 - a. Memperkaya khasanah pustaka, khususnya tentang pengaruh *financial literacy*, pengendalian diri, teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa.
 - b. Dipergunakan sebagai pembandingan untuk penelitian selanjutnya, baik dalam metode, model, cara analisis maupun hasil penelitiannya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi siswa, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi siswa sehingga dapat mengontrol perilaku konsumtif.
- b. Bagi guru, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi guru dalam mengarahkan siswa agar menghindari perilaku konsumtif.
- c. Bagi sekolah, hasil penelitian ini dapat dijadikan gambaran bagi pihak sekolah dalam mengantisipasi perilaku konsumtif pada peserta didik di sekolah.
- d. Bagi orang tua siswa dan masyarakat, hasil penelitian ini dapat membantu mengarahkan anak agar tidak berperilaku konsumtif.
- e. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dijadikan sebagai acuan dan tolak ukur dalam memperdalam kajian penanganan perilaku konsumtif remaja bagi penelitian selanjutnya.

1.7 Orisinalitas Penelitian

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Rizky dan Rachmatan (2016) pernah melakukan penelitian mengenai Hubungan Antara Citra Tubuh Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja di Kota Banda Aceh. Dimana variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu citra tubuh. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan *financial literacy*, pengendalian diri, teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua sebagai variabel bebas. Berbeda dengan penelitian Estetika (2017) pernah melakukan penelitian mengenai Analisis Faktor-Faktor Yang

Memengaruhi Perilaku Konsumtif Siswa Perempuan Kelas XII IPS dengan menggunakan metode analisis kualitatif, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dengan *financial literacy*, pengendalian diri, teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua sebagai variabel bebas serta perilaku konsumtif sebagai variabel terikat.

Kebaruan dalam penelitian ini dibandingkan penelitian sebelumnya yaitu pada variabel-variabel yang disusun dalam model penelitian, jenis metode analisis yang digunakan, dan pengembangan populasi yang diteliti. Penelitian ini menekankan pada variabel konseptual perilaku konsumtif, *financial literacy*, pengendalian diri, teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua menggunakan metode analisis kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu pada siswa kelas XI SMA Negeri 2 Bae Kudus. Berdasarkan beberapa referensi di atas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu subjek dalam penelitian ini belum pernah menjadi subjek dengan judul serupa dalam penelitian lain sehingga jelas bahwa penelitian ini masih orisinal dan belum pernah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

2.1 *Grand Theory*

2.1.1 *Behaviorisme Theory (Teori Perilaku)*

Behaviorisme theory (teori perilaku) menjelaskan bahwa semua yang dilakukan oleh organisme dianggap sebagai perilaku yang berdasar pada proporsi dalam filosofi psikologi. Rifa'i dan Anni (2012:90) mendefinisikan bahwa belajar merupakan suatu proses perubahan perilaku. Perilaku dalam belajar sifatnya bisa berwujud perilaku yang tampak (*overt behavior*) atau perilaku yang tidak tampak (*innert behavior*). Dalam memahami teori perilaku dapat dilihat dari beberapa pendekatan, yaitu pendekatan psikodinamika (*psychoanalytic theory*), pendekatan *behavioristic*, dan pendekatan *humanistic*.

a. Pendekatan Psikodinamika (*Psychoanalytic Theory*)

Teori psikodinamika menjelaskan bahwa tingkah laku manusia adalah hasil tenaga yang beroperasi di dalam pikiran yang sering tidak disadari oleh individu (Fattah, dkk, 2018:14). Menurut pendekatan psikodinamika ini tingkah laku manusia ditentukan dan dikontrol oleh kekuatan psikologis, naluri-naluri irasional yang memang sudah ada sejak manusia itu dilahirkan.

b. Pendekatan Behavioristik

Asumsi dasar dari teori ini adalah bahwa tingkah laku manusia sepenuhnya ditentukan oleh aturan-aturan, bisa diramalkan dan bisa dikendalikan. Sikap dan perilaku yang ditampilkan menurut teori ini diartikan sebagai hasil

belajar dan stimulus dari kondisi belajar seseorang pada masa lampau, seperti pengalaman belajar. Gagasan utama dalam aliran behavioristik ini adalah bahwa untuk memahami tingkah laku manusia diperlukan pendekatan yang objektif, mekanistik, dan materialistik, sehingga perubahan tingkah laku pada diri seseorang dapat dilakukan melalui upaya pengkondisian.

c. Pendekatan Humanistik

Teori humanistik muncul pada pertengahan abad ke-20 sebagai reaksi dari teori psikodinamika dan teori behavioristik. Tingkah laku bukan berasal dari ketidaksadaran dan bukan juga dari proses pengkondisian (*conditioning*). Teori ini menolak bahwa perilaku dipengaruhi oleh keadaan diluar diri manusia. Manusia sebagai aktor utama dalam pembentukan perilaku bukan menjadi reaktor dari stimulus-stimulus yang berasal dari luar diri manusia.

Ferrinadewi dalam (Fattah, dkk, 2018:15) menyatakan bahwa pada dasarnya teori behavioral merupakan proses belajar yang terjadi sebagai hasil respon konsumen terhadap peristiwa-peristiwa eksternal. Respon terhadap stimuli eksternal merupakan hasil proses belajar yang terjadi dalam benak konsumen, terdiri dari 2 (dua) pendekatan, yaitu:

1. Classical Conditioning

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

2. *Instrumental Conditioning*

Pendekatan ini terjadi ketika konsumen belajar untuk menghubungkan antara stimulus dengan respon tertentu ketika ada dorongan untuk melakukan hal tersebut. Artinya konsumen hanya akan menghubungkan stimulus dengan respon bila terdapat sesuatu yang mendorongnya atau insentif misalkan rasa puas, atau apa saja yang merupakan penghargaan atau hadiah baginya.

2.1.2 *Consumer Behavior Theory* (Teori Perilaku Konsumen)

Terdapat beberapa pendapat para ahli mengenai *Consumer Behavior* (perilaku konsumen). Solomon dalam (Anggraeni dan Setiaji, 2018:175) mendefinisikan bahwa *consumer behavior 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. Menurut Setiadi dalam (Jacinda, 2016:2) *The American Marketing Association* mendefinisikan perilaku konsumen sebagai interaksi dinamis afeksi dan kognisi, perilaku, dan lingkungan di mana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka. Menurut Suryani dalam (Saputri, 2016:293) bahwa perilaku konsumen merupakan studi yang mengkaji bagaimana individu membuat keputusan membelanjakan sumber daya yang tersedia dan dimiliki (waktu, uang dan usaha) untuk mendapatkan barang atau jasa yang nantinya akan dikonsumsi. Menurut Engel dalam (Rahman, dkk, 2016:3) mengungkapkan pendapatnya bahwa perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam

mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut.

Menurut David dalam (Dwiastuti, 2012:1) perilaku konsumen sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam proses mengevaluasi atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa. Sedangkan menurut Sumarwan dalam (Lisma dan Haryono, 2016:43) perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan kegiatan mengevaluasi.

2.2 Perilaku Konsumtif

2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut Sukari, dkk (2013:14) perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang ditunjukkan untuk mengonsumsi secara berlebihan dan tidak terencana terhadap jasa dan barang yang kurang atau bahkan tidak diperlukan. Perilaku ini lebih banyak dipengaruhi oleh nafsu yang semata-mata untuk memuaskan kesenangan dan lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan, sehingga tanpa pertimbangan yang matang seseorang begitu mudah melakukan pengeluaran untuk macam-macam keinginan yang tidak sesuai dengan kebutuhan pokoknya sendiri. Menurut Dikria dan Mintarti (2016:147) perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, membeli sesuatu yang berlebihan atau secara tidak terencana. Tidak terencananya pembelian barang atau jasa diakibatkan karena tidak membuat anggaran belanja yang didasarkan pada skala prioritasnya.

Perilaku konsumtif erat kaitannya dengan pembelian impulsif. Menurut Fattah, dkk (2018:15) pembelian *impulsive* merupakan pembelian tanpa ada perencanaan yang muncul dengan dorongan yang kuat untuk membeli tanpa pikir panjang, muncul secara spontan, ada kesenangan dan penuh gairah dalam membeli karena proses keputusan pembelian dibuat pada tingkat bawah sadar manusia. Menurut Tambunan dan Tulus dalam (Dikria dan Mintarti, 2016:147) perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal. Perilaku konsumtif ini terkesan tidak memiliki manfaat yang baik bagi pelakunya, karena selain dapat menguras pendapatan tetapi juga dapat menimbulkan sifat boros.

Menurut Fattah, dkk (2018:15) menyatakan bahwa perilaku konsumtif sering terjadi pada remaja, hal ini berkaitan dengan sifat remaja yang masih dalam masa antara masa kanak-kanak dan masa dewasa. Remaja masih bersifat labil dan kurang dapat mengontrol dirinya sendiri. Tahapan peralihan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa ini ditandai dengan perubahan dalam aspek fisik, sosial, dan psikologis. Perubahan tersebut bermuara pada upaya menemukan identitas diri. Menurut Sumartono dalam (Dikria dan Mintarti, 2016:147) perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas, artinya belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lainnya atau dapat disebutkan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut.

Menurut Sukari, dkk (2013:14) perilaku konsumtif menunjukkan pada perilaku konsumen yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa bukan menjadi kebutuhan pokok. Perilaku konsumtif tersebut banyak melanda kehidupan para remaja. Hal ini dikarenakan pada usia tersebut mulai sadar akan penampilan dirinya dan pandangan terhadap penerimaan sosial. Perilaku konsumtif seringkali dilakukan secara berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh hanya bersifat semu. Pendapat di atas berarti bahwa perilaku membeli yang berlebihan tidak lagi mencerminkan usaha manusia untuk memanfaatkan uang secara ekonomis, namun perilaku konsumtif dijadikan sebagai suatu sarana untuk menghadirkan diri dengan cara yang kurang tepat. Perilaku tersebut menggambarkan sesuatu yang tidak rasional sehingga secara ekonomis menimbulkan pemborosan. Salah satu contoh kondisi tidak rasional adalah kegiatan membeli pada saat individu sedang stress, individu akan melakukan pembelian tanpa berpikir terlebih dahulu. Sedangkan secara psikologis menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman (Tambunan, 2001:1).

Konsumen dalam membeli suatu produk bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata-mata, tetapi juga keinginan untuk memuaskan kesenangan. Keinginan tersebut seringkali mendorong seseorang untuk membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Hal ini dapat dilihat dari pembelian produk oleh konsumen yang bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata, tetapi juga keinginan untuk meniru orang lain yaitu agar mereka tidak berbeda dengan anggota kelompoknya atau bahkan untuk menjaga gengsi agar tidak ketinggalan

zaman. Hal tersebut bisa dikendalikan atau dihilangkan sejak dini dengan menanamkan konsep diri yang positif yang akan menciptakan citra diri yang positif pula seperti optimis, sehingga siswa tidak mudah terpengaruh oleh rayuan atau bujukan dari produsen dan dapat menyesuaikan dengan keadaan ekonomi keluarga dan sekelilingnya. Dengan begitu para siswa tidak mudah mengikuti perilaku konsumtif yang terjadi di lingkungannya.

2.2.2 Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumtif

Konsumtif merupakan perilaku yang dilakukan manusia pada umumnya. Perilaku tersebut dipengaruhi oleh berbagai hal, misalnya usia, pendidikan, tingkat kebutuhan, dan lain-lain. Beberapa faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif menurut Khan dalam (Nurachma dan Arief, 2017:491) menyatakan faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen yang konsumtif yaitu:

1. Faktor Internal

a. Motivasi

Dorongan internal yang menimbulkan kebutuhan dan menjadi arahan bagi manusia dalam bertindak untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

b. Sikap

Bagaimana seseorang merespon terhadap stimulus yang diberikan. Sikap seseorang banyak dipengaruhi oleh pembelajaran terhadap lingkungan sekitar.

c. Kepribadian

Kualitas mental, fisik, moral, dan karakteristik manusia yang menggambarkan siapa mereka sebenarnya.

d. Pembelajaran dan Memori

Tiap hari manusia mendapatkan informasi dan manusia berusaha mengiat informasi tersebut dalam memorinya untuk kepentingan tertentu.

e. Pemrosesan Informasi

Manusia menganalisis dan mengolah informasi yang diperolehnya dan akan menyeleksi informasi yang menurutnya bermanfaat.

2. Faktor Eksternal

a. Budaya

Pengetahuan, kepercayaan, tradisi, kebiasaan, seni, aturan moral atau perilaku lainnya yang dianut oleh anggota masyarakat.

b. Kelas Sosial

Kelompok yang memiliki status yang sama di masyarakat, seperti pendapatan, pendidikan, jabatan, tempat tinggal, dan sebagainya.

c. Kelompok Sosial

Kelompok yang terdiri dari hubungan, sikap, dan ketertarikan yang sama. Kelompok ini akan menjadi sangat kuat pengaruhnya, jika memiliki interaksi yang tinggi.

d. Keluarga

Kelompok primer yang paling penting dan sumber yang kuat dalam memengaruhi perilaku seseorang.

e. Individu

Individu memiliki pandangan dan pendirian yang berbeda dengan orang lain. Dan terkadang menolak pandangan dari kelompoknya.

f. Pengaruh Lain

Peristiwa nasional atau regional seperti Olimpiade, *World Cup*, perang dan peristiwa lainnya menjadi sangat kuat pengaruhnya, jika memiliki intensitas interaksi yang tinggi.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Bahari dan Ashoer, 2018:73) ada beberapa faktor yang memengaruhi perilaku konsumen yaitu:

A. Faktor Kebudayaan

Faktor budaya memiliki pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku faktor budaya, antara lain terdiri dari:

1) Peran Budaya

Budaya adalah penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Seorang anak mendapatkan kumpulan nilai, persepsi, preferensi, perilaku dari keluarganya, dan lembaga-lembaga penting lain.

2) Sub Budaya

Setiap budaya terdiri dari sub budaya yang lebih kecil yang memberikan ciri-ciri sosialisasi khusus bagi anggota-anggotanya. Sub budaya terdiri dari bangsa, agama, kelompok ras, dan daerah geografis.

3) Kelas Sosial Pembeli

Pada dasarnya semua masyarakat memiliki strata sosial. Strata tersebut biasanya terbentuk sistem kasta dimana anggota kasta yang berbeda dibesarkan dengan peran tertentu dan tidak dapat mengubah keanggotaan kasta mereka. Stratifikasi lebih sering ditemukan dalam bentuk kelas sosial.

B. Faktor Sosial

1) Kelompok Acuan

Individu sangat dipengaruhi oleh kelompok acuan mereka sekurang-kurangnya dalam tiga hal. Kelompok acuan menghadapkan seseorang pada perilaku dan gaya baru. Mereka juga memengaruhi perilaku dan konsep pribadi seseorang dan menciptakan tekanan untuk mengetahui apa yang mungkin memengaruhi pilihan produk dan merek aktual seseorang. Tingkat pengaruh kelompok acuan terhadap produk dan merk berbeda-beda, pengaruh utama atas pilihan merk dalam barang-barang seperti perabot dan pakaian.

2) Keluarga

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan telah menjadi obyek penelitian yang ekstensif. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Keluarga primer terdiri dari orang tua dan saudara kandung. Dari orang tua individu mendapatkan orientasi atas agama, politik, ekonomi, ambisi pribadi, harga diri, dan cinta. Meskipun pembeli tidak berinteraksi secara intensif dengan keluarganya maka pengaruh keluarga terhadap perilaku pembeli dapat tetap signifikan.

3) Peran dan Status

Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Setiap peran akan memengaruhi beberapa perilaku pembelian. Setiap peran memiliki status. Individu memilih produk yang mengkomunikasikan peran

dan status mereka dalam masyarakat.

C. Faktor Pribadi

1) Usia dan Tahap Siklus Hidup

Orang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya. Tahap siklus hidup, situasi keuangan dan minat produk berbeda-beda dalam masing-masing kelompok. Pemasar memberikan perhatian yang besar pada situasi hidup yang berubah, dan dampak mereka pada perilaku konsumtif.

2) Pekerjaan

Pekerjaan seseorang juga memengaruhi pola konsumsinya. Pekerja berkerah biru akan membeli pakaian kerja dan sepatu kerja. Direktur perusahaan akan membeli pakaian yang mahal dan perjalanan dengan pesawat udara. Pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang memiliki minat di atas rata-rata atas produk dan jasa mereka. Sebuah perusahaan bahkan dapat mengkhususkan produknya untuk kelompok pekerjaan tertentu.

3) Keadaan Ekonomi

Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang. Keadaan ekonomi terdiri dari penghasilan yang dapat dibelanjakan (tingkat, kestabilan, pola, waktu) tabungan dan aktiva (presentase yang lancar atau liquid), hutang, kemampuan untuk meminjam dan sikap atas belanja dan menabung. Pemasar barang-barang yang peka terhadap harga terus memperhatikan *trend* penghasilan pribadi, tabungan, dan tingkat bunga.

4) Gaya Hidup

Orang-orang yang berasal dari sub budaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup individu merupakan pola hidup di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opini. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.

5) Kepribadian dan Konsep Diri

Setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda yang memengaruhi perilaku pembelian. Kepribadian merupakan karakteristik psikologis yang berbeda yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya. Jika jenis kepribadian adalah konsep diri (citra pribadi) seseorang. Pemasar berusaha mengembangkan citra merk yang sesuai dengan citra pribadi sasaran.

D. Faktor Psikologis

1) Motivasi

Motivasi berasal dari kata motif, merupakan kekuatan yang terdapat dalam diri individu yang menyebabkan individu bertindak atau berbuat. Setiap orang selalu mempunyai motivasi untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginannya, motivasi juga merupakan dasar dorongan pembelian atau penggunaan terhadap suatu produk.

2) Persepsi

Individu yang termotivasi pasti akan siap bereaksi, tetapi bagaimana individu yang termotivai tersebut bertindak adalah dipengaruhi oleh persepsi

mengenai situasi dan kondisi tempat ia tinggal. Perbedaan persepsi konsumen akan menciptakan proses pengamatan dalam melakukan pembelian atau penggunaan barang atau jasa.

3) Konsep Diri

Konsep diri dapat didefinisikan sebagai cara bagaimana seseorang dapat melihat dirinya sendiri dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang apa yang dipikirkannya. Setiap orang memiliki suatu konsep tentang dirinya yang berbeda-beda, sehingga memungkinkan adanya pandangan-pandangan atau persepsi yang berbeda-beda pula terhadap suatu produk, baik berupa barang ataupun jasa.

4) Kepribadian

Kepribadian dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk dan sifat-sifat yang ada dalam diri individu yang sangat berpengaruh pada perubahan-perubahan perilakunya. Pada dasarnya kepribadian memengaruhi persepsi dan perilaku membeli.

5) Pengalaman Belajar

Belajar sebagai suatu proses yang membawa perubahan dalam *performance* sebagai akibat dari latihan atau pengalaman sebelumnya. Jadi perilaku konsumen dapat dipelajari karena sangat dipengaruhi oleh pengalaman dan proses latihan.

6) Sikap dan Keyakinan (Agama)

Sikap merupakan suatu penilaian kognitif seseorang terhadap suka atau tidak suka. Secara emosional tindakannya cenderung kearah berbagai obyek

dan ide.

2.2.3 Indikator - Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Sukari, dkk (2013:17) indikator perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah.

Pembelian barang tidak lagi melihat manfaatnya akan tetapi tujuannya hanya untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan.

2. Membeli produk karena kemasannya menarik.

Individu tertarik untuk membeli suatu barang karena kemasan yang berbeda dari yang lainnya. Kemasan suatu barang yang menarik dan unik akan membuat seseorang membeli barang tersebut.

3. Membeli produk demi menjaga penampilan gengsi.

Gengsi membuat individu lebih memilih membeli barang yang dianggap dapat menjaga penampilan diri, dibandingkan dengan membeli barang lain yang lebih dibutuhkan.

4. Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat).

Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

5. Keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

Konsumen akan cenderung menggunakan produk dengan jenis yang sama dengan merek yang lain dari produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

Berdasarkan kajian teori yang telah dikemukakan, yang dimaksud perilaku konsumtif dalam penelitian ini adalah suatu perilaku membeli dan menggunakan barang yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi sesuatu tanpa batas dimana individu lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan serta ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang paling mewah yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik. Indikator yang dapat diambil dari perilaku konsumtif yaitu: (1) membeli produk karena iming-iming hadiah, (2) membeli produk karena kemasannya menarik, (3) membeli produk demi menjaga penampilan gengsi, (4) Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat), (5) keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

2.3 *Financial Literacy*

2.3.1 *Pengertian Financial Literacy*

Menurut Harli, dkk (2015:58) *financial literacy* sebagai pengetahuan keuangan dan kemampuan untuk mengaplikasikannya. Pengetahuan mengenai keuangan atau *financial literacy* yang baik merupakan kebutuhan dasar bagi setiap individu. Manfaat dari memiliki pengetahuan agar individu memiliki perencanaan keuangan yang baik dan terhindar dari masalah keuangan. Literasi keuangan setiap individu harus ditingkatkan agar dapat membuat keputusan keuangan yang baik dan mampu mengelola keuangan pribadi secara optimal. PISA dalam (Nurachma dan Arief, 2017:492) *financial literacy* adalah pengetahuan dan pemahaman atas konsep keuangan yang digunakan untuk membuat pilihan

keuangan yang efektif, meningkatkan *financial well-being* dari individu dan kelompok serta untuk berpartisipasi dalam kehidupan ekonomi.

Menurut Harli, dkk (2015:58) mendefinisikan *financial literacy* sebagai kemampuan untuk membuat keputusan sederhana yang diukur dengan pilihan keuangan sehari-hari. Menurut OECD dalam Nurachma dan Arief, (2017:492) mendefinisikan 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.

Menurut Imawati, dkk (2013:50) *financial literacy* berkembang pesat di berbagai belahan dunia, seperti di Amerika, Jerman, Italia, Swedia, Belanda, Jepang dan New Zealand. Dipahami bersama bahwa perkembangan *financial literacy* memberikan dampak positif terhadap perkembangan ekonomi secara mikro maupun makro, maka di Amerika dibentuk organisasi tersendiri untuk bidang ini, misalnya *International Network Financial Education* dan *National Council on Economic Education*. *Financial literacy* yang baik akan menjadikan konsumen yang cerdas, dapat memilah barang, dapat mengatur keuangan dengan baik dan merencanakan masa depan. Dengan demikian maka pemerintah pun akan mudah melakukan kebijakan ekonomi, berkaitan dengan pasar modal, inflasi dan sebagainya. Ketika pemerintah menaikkan tingkat suku bunga maka masyarakat

yang paham *financial literacy* akan memilih menabung daripada berinvestasi. Konsumen yang paham *financial literacy* akan lebih cerdas memilih dan memberikan komplain. Semakin tinggi *financial literacy*, dapat mengurangi perilaku konsumtif. *Financial literacy* yang tinggi menyebabkan individu dapat mengelola keuangan dengan baik, sehingga individu tidak perlu mengeluarkan uang lebih dari yang seharusnya.

Menurut Saputri, dkk (2017:89) literasi keuangan saat ini menjadi lebih penting dibanding sebelumnya, tidak hanya untuk keluarga dan pelaku ekonomi profesional. Lembaga keuangan, komunitas pinjaman, remaja, ahli keuangan dan pendidik dan pihak lain telah mengidentifikasi pendidikan manajemen keuangan pribadi sebagai prioritas. Dengan literasi keuangan menjadikan masyarakat mampu mengelola sumber keuangannya dan memilih jenis investasi yang sesuai dengan kondisi keuangan. Konsumen yang cerdas adalah konsumen yang mampu mengukur kemampuan keuangan dengan barang yang dibeli dan sesuai dengan kebutuhan. Menurut Bhushan dan Medury dalam (Dikria dan Mintarti, 2016:145) yaitu "*Financial literacy is the ability to make informed judgments and to take effective decisions regarding the use and management of money*" yang artinya literasi keuangan adalah kemampuan untuk membuat penilaian informasi dan mengambil keputusan yang efektif tentang penggunaan dan pengelolaan uang.

2.3.2 Aspek - Aspek *Financial Literacy*

Menurut Mendari dan Kewal (2013:133) menyatakan bahwa *financial literacy* dibagi dalam 4 (empat) aspek, yaitu:

1. General Personal Finance Knowledge

Meliputi pemahaman beberapa hal yang berkaitan dengan pengetahuan dasar tentang keuangan pribadi.

2. Saving and Borrowing

Bagian ini meliputi pengetahuan yang berkaitan dengan tabungan dan pinjaman seperti penggunaan kartu kredit.

3. Insurance

Bagian ini meliputi pengetahuan dasar asuransi dan produk-produk asuransi seperti asuransi jiwa dan asuransi kendaraan bermotor.

4. Investment

Bagian ini meliputi pengetahuan tentang suku bunga pasar, reksa dana, dan risiko investasi.

2.3.3 Indikator - Indikator *Financial Literacy*

Menurut Dikria dan Mintarti (2016:145) *financial literacy* dapat diukur menggunakan 4 (empat) indikator yaitu:

1. Uang dan Transaksi

Uang dan transaksi merupakan aspek inti dari literasi keuangan. Aspek ini termasuk kesadaran akan perbedaan bentuk dan tujuan uang serta penanganan transaksi moneter sederhana seperti pembayaran keperluan

sehari-hari, belanja, nilai uang, kartu bank, cek, rekening bank dan mata uang.

2. Perencanaan dan Pengelolaan Keuangan

Kategori ini mencakup aspek kemampuan literasi keuangan yang penting, seperti perencanaan dan pengelolaan pendapatan dan kekayaan yang lebih baik dalam jangka pendek dan panjang, khususnya pengetahuan dan kemampuan untuk memonitor pendapatan dan biaya serta memanfaatkan pendapatan dan sumber daya lain yang tersedia untuk meningkatkan kesejahteraan keuangan.

3. Risiko dan Keuntungan

Aspek ini berisi kemampuan untuk mengidentifikasi cara-cara untuk mengelola dan menyeimbangkan risiko (termasuk melalui asuransi dan produk tabungan) serta pemahaman tentang keuntungan atau kerugian potensial dalam berbagai konteks keuangan dan produk, seperti perjanjian kredit dengan suku bunga variabel dan produk investasi

4. Wawasan Keuangan (*Financial Landscape*)

Aspek ini berkaitan dengan karakter dan fitur dari dunia keuangan. Hal ini termasuk mengetahui hak dan tanggung jawab dari konsumen di pasar keuangan dan lingkungan keuangan umum, serta implikasi utama kontrak keuangan. Aspek ini juga menggabungkan pemahaman tentang konsekuensi dari perubahan kondisi ekonomi dan kebijakan masyarakat, seperti perubahan suku bunga dan perpajakan.

Berdasarkan kajian teori yang telah dikemukakan, yang dimaksud *financial literacy* dalam penelitian ini adalah kemampuan seseorang untuk mengelola kondisi keuangan termasuk di dalamnya berupa memahami, merencanakan, hingga membuat keputusan soal kondisi keuangan individu tersebut. Kemampuan tersebut dapat berupa pengetahuan dan keterampilan keuangan sehingga dapat diaplikasikan oleh seseorang untuk meningkatkan kesejahteraan *financial*. Oleh karena itu, siswa dapat dikatakan memiliki kemampuan *financial literacy* yang baik jika memiliki pengetahuan keuangan (*financial knowledge*) serta mampu menerapkan pengetahuan keuangan tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Indikator yang dapat diambil dari *financial literacy* yaitu: (1) uang dan transaksi, (2) perencanaan dan pengelolaan keuangan, (3) risiko dan keuntungan, (4) wawasan keuangan.

2.4 Pengendalian Diri

2.4.1 Pengertian Pengendalian Diri

Pengendalian diri memiliki berbagai istilah diantaranya adalah kontrol diri dan *self control*. Menurut Fattah, dkk (2018:17) pengendalian diri bisa diartikan sebagai suatu pengendalian tingkah laku. Pengendalian tingkah laku mengandung makna dalam melakukan sesuatu seseorang mempertimbangkan terlebih dahulu mana yang baik dan mana yang benar sebelum melakukan tindakan. Semakin tinggi pengendalian diri seseorang maka semakin tinggi pula pengendalian tingkah laku orang tersebut. Pengendalian diri membantu mencapai keberhasilan dalam jangka panjang atau tujuan yang lebih tinggi dengan mengesampingkan kesenangan jangka pendek. Menurut Mahoney dan Thoresen

dalam (Dikria dan Mintarti, 2016:146), kontrol diri merupakan jalinan secara utuh yang dilakukan individu terhadap lingkungannya. Individu dengan kontrol diri tinggi sangat memperhatikan cara-cara yang tepat untuk berperilaku dalam situasi yang bervariasi. Individu cenderung akan mengubah perilakunya sesuai dengan permintaan situasi sosial yang kemudian dapat mengatur kesan yang dibuat perilakunya lebih responsif terhadap petunjuk situasional, lebih fleksibel, berusaha untuk memperlancar interaksi sosial, bersikap hangat, dan terbuka. Sehingga kontrol diri yang baik dapat membuat individu diterima di lingkungannya.

Menurut Gailliot dalam (Dikria dan Mintarti, 2016:146), mengatakan bahwa “*self control refers to one’s ability control of override one’s thoughts, emotions, urges, and behavior*”. Pengendalian diri mengacu pada kemampuan seseorang untuk mengendalikan pikiran, emosi, tekanan dan perilaku seseorang. Menurut Averil dalam (Mutrofin, 2018:60) kontrol diri yaitu kemampuan individu dalam mengontrol tindakan langsung terhadap lingkungan, pemahaman makna terhadap peristiwa dan kontrol terhadap alternatif suatu pilihan. Jadi, tinggi rendahnya konsumsi seseorang dilihat dari bagaimana mereka melakukan kegiatan konsumsi. Sedangkan Nofsinger dalam (Dewi, Rusdarti, & Sunarto, 2017:33) menjelaskan bahwa seseorang mengontrol pengeluarannya dengan melawan keinginan atau dorongan untuk membelanjakan uang secara berlebihan atau dengan kata lain membelanjakan uang berdasarkan keinginan bukan kebutuhan, sehingga pengendalian diri berhubungan dengan perilaku konsumtif secara lebih baik. Pengendalian diri dalam hal pengelolaan keuangan merupakan

sebuah aktivitas yang mendorong seseorang melakukan penghematan dengan mengurangi pembelian secara spontan atau tidak terencana yang muncul karena suatu dorongan yang kuat dari dalam diri untuk membeli dengan segera.

Menurut Hurlock dalam (Faried dan Fuad, 2012:68) kontrol diri berkaitan dengan bagaimana individu mengendalikan emosi serta dorongan-dorongan dalam dirinya. Kontrol diri diperlukan guna membantu individu dalam mengatasi kemampuan yang terbatas dan membantu mengatasi berbagai hal merugikan yang dimungkinkan berasal dari luar. Sedangkan Lazarus dalam (Faried dan Nashori, 2012:68) mengatakan bahwa kontrol diri menggambarkan keputusan individu yang melalui pertimbangan kognitifnya untuk menyatakan perilaku yang telah disusun guna meningkatkan hasil dan tujuan tertentu seperti apa yang dikehendaki. Hal ini berarti kontrol diri mampu memahami keseluruhan pengungkapan diri baik yang positif maupun negatif sehingga individu mampu menyadari apa yang bisa membangkitkan ekspresi-ekspresi positif maupun negatif di dalam dirinya.

2.4.2 Aspek - Aspek Pengendalian Diri

Menurut Fattah, dkk (2018:17) terdapat tiga aspek pengendalian diri, yaitu kontrol perilaku (*behavior control*), kontrol kognitif (*cognitive control*), dan kontrol keputusan (*decisional control*).

1. Kontrol Perilaku (*Behavior Control*)

Kontrol perilaku merupakan kesiapan tersedianya suatu respon yang dapat secara langsung memengaruhi sesuatu yang tidak menyenangkan. Kemampuan mengontrol perilaku dibagi menjadi dua komponen, yaitu

mengatur pelaksanaan (*regulated administration*) dan kemampuan memodifikasi stimulus (*stimulus modifiability*). Kemampuan mengatur pelaksanaan merupakan kemampuan individu untuk mengatur siapa yang mengendalikan situasi. Apakah dirinya sendiri atau aturan perilaku. Jika diri sendiri tidak mampu maka akan menggunakan faktor eksternal untuk mengendalikannya. Kemampuan memodifikasi stimulus merupakan kemampuan untuk mengatur stimulus atau respon bagaimana situasi yang tidak dikehendaki dihadapi.

2. Kontrol Kognitif

Kontrol kognitif merupakan kemampuan individu dalam mengontrol informasi yang tidak dikehendaki dengan cara menginterpretasi, menilai atau menghubungkan suatu kejadian ke dalam kerangka kognitif untuk mengurangi tekanan. Melakukan penilaian terhadap sesuatu berarti individu telah berusaha menilai atau menafsirkan keadaan dengan memperhatikan segi-segi positif.

3. Kontrol Keputusan

Mengontrol keputusan merupakan kemampuan individu untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan yang diyakini atau disetujuinya. Pengendalian diri dalam menentukan pilihan akan berfungsi baik dengan adanya suatu kesempatan, kebebasan, atau kemungkinan pada diri individu untuk memilih berbagai kemungkinan tindakan.

2.4.3 Jenis - Jenis Pengendalian Diri

Menurut Fattah, dkk (2018:18) ada tiga jenis pengendalian diri, yaitu:

1. *Over Control*

Pengendalian diri seseorang yang terlalu berlebihan sehingga orang tersebut terlalu menahan dirinya dalam menerima stimulus dari luar.

2. *Under Control*

Kecenderungan seseorang dalam melepaskan impuls tanpa pikir panjang

3. *Appropriate Control*

Pengendalian diri yang memungkinkan individu mengontrol impuls secara tepat.

2.4.4 Indikator - Indikator Pengendalian Diri

Kontrol diri dapat diartikan suatu kecakapan individu untuk mengendalikan atau mengontrol emosi terhadap dorongan-dorongan dalam dirinya sebagai proses pencapaian standar perilaku untuk membentuk dirinya sendiri ke arah positif. Menurut Zulkarnain (2002:12) indikator pengendalian diri adalah sebagai berikut:

1. Kemampuan Mengontrol Perilaku.

Kemampuan memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan, terdapat keteraturan untuk menentukan siapa yang mengendalikan situasi atau keadaan, baik dari dirinya sendiri atau dari orang lain. Individu yang mampu mengontrol dirinya dengan baik akan mampu mengatur perilakunya dengan kemampuannya dan apabila tidak maka individu akan menggunakan sumber dari luar dirinya.

2. Kemampuan Mengontrol Stimulus.

Kemampuan individu dapat mengetahui bagaimana dan kapan suatu stimulus yang tidak diinginkan muncul. Beberapa cara yang dapat digunakan adalah dengan mencegah atau menjauhi stimulus, menghentikan stimulus sebelum berakhir dan melakukan kegiatan yang dapat mengalihkan perhatian stimulus.

3. Kemampuan Mengantisipasi Suatu Peristiwa atau Kejadian.

Kemampuan untuk mengolah informasi dengan menginterpretasi, meneliti, atau menggabungkan suatu kejadian. Informasi yang dimiliki individu tentang suatu keadaan yang tidak menyenangkan akan membuat individu mampu mengantisipasi keadaan melalui pertimbangan secara objektif.

4. Kemampuan Menafsirkan Peristiwa atau Kejadian.

Penafsiran yang dilakukan individu merupakan suatu usaha untuk menilai suatu keadaan dengan memperhatikan segi-segi positif secara subyektif.

5. Kemampuan Mengambil Keputusan.

Kemampuan individu memilih suatu tindakan berdasarkan suatu yang diyakini atau disetujuinya. Kemampuan mengontrol keputusan akan berfungsi bila terdapat kesempatan atau kebebasan dalam diri individu untuk memilih berbagai pilihan.

2.4.5 Faktor - Faktor Pengendalian Diri

Menurut Fattah, dkk (2018:18) pengendalian diri mempunyai dua faktor yang memengaruhi pengendalian diri yaitu faktor internal dan faktor eksternal:

1. Faktor Internal

Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam diri seseorang sendiri. Faktor internal yang memengaruhi pengendalian yaitu usia dan kematangan. Semakin bertambah usia seseorang semakin baik pengendalian diri orang tersebut. Begitu pula dengan kematangan, semakin matang individu semakin baik pula pengendalian dirinya karena dia sudah tahu mana yang baik dan mana yang buruk.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar diri seseorang. Faktor eksternal yang memengaruhi pengendalian diri adalah keluarga. Keluarga merupakan lingkungan terdekat dari seseorang. Persepsi remaja terhadap penerapan disiplin orangtua yang semakin demokratis cenderung diikuti pengendalian dirinya.

Berdasarkan kajian teori yang telah dikemukakan, yang dimaksud pengendalian diri dalam penelitian ini adalah kemampuan seseorang melakukan pertimbangan-pertimbangan terlebih dahulu sebelum memutuskan sesuatu dengan mendisiplinkan kemauan atau dorongan-dorongan dalam diri seseorang, serta menahan diri dengan sadar untuk bertindak guna mencapai hasil dan tujuan sesuai yang diinginkan. Indikator yang dapat diambil dari pengendalian diri yaitu: (1) kemampuan mengontrol perilaku, (2) kemampuan mengontrol stimulus, (3) kemampuan mengantisipasi suatu peristiwa atau kejadian, (4) kemampuan menafsirkan peristiwa atau kejadian, (5) kemampuan mengambil keputusan.

2.5 Teman Sebaya

2.5.1 Pengertian Teman Sebaya

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, teman sebaya diartikan sebagai kawan, sahabat atau orang yang sama-sama bekerja atau berbuat. Menurut Novandi dan Djazari dalam (Yudha, 2018:110) teman sebaya adalah suatu lingkungan yang terdiri dari sekelompok orang yang mempunyai kesamaan sosial, seperti kesamaan tingkat dengan berbagai karakter individu yang mampu memengaruhi perilaku individu. Menurut Yusuf (2009:61) menjelaskan bahwa kelompok teman sebaya mempunyai kontribusi yang sangat positif terhadap perkembangan kepribadian remaja. Namun di sisi lain, tidak sedikit remaja yang berperilaku menyimpang karena pengaruh teman sebayanya.

Menurut Santrock dalam (Kadeni, 2018:62) menyatakan bahwa teman sebaya merupakan kelompok yang terdiri dari anak-anak atau remaja yang memiliki usia atau tingkat kematangan yang hampir sama. Dengan demikian teman sebaya adalah sekelompok individu yang mempunyai hubungan pada anak-anak atau remaja dengan tingkat usia yang relatif sama dan melibatkan keakraban yang relatif besar. Pentingnya dari kelompok teman sebaya adalah di dalamnya merupakan tempat mereka untuk memberikan informasi tentang dunia luar keluarga yang sangat diperlukan untuk perkembangan dan kematangan individu. Melalui aktivitas pada kelompok teman sebaya mereka akan menerima umpan balik dari teman-temannya tentang kemampuannya, masing-masing anggota kelompok akan memberikan penilaian dari yang mereka lakukan berakibat baik atau buruk. Menurut Yusuf (2009:59) teman sebaya sebagai lingkungan sosial

bagi remaja (siswa) mempunyai peranan yang cukup penting bagi perkembangan kepribadiannya.

Menurut Santosa dalam (Budikuncoroningsih, 2017:86) berpendapat teman sebaya adalah kelompok anak sebaya yang sukses ketika anggotanya dapat berinteraksi. Hal-hal yang dialami oleh anak-anak tersebut adalah hal yang menyenangkan saja. Pergaulan diantara teman sebaya dapat memengaruhi perilaku. Pengaruh tersebut dapat berupa pengaruh positif dan dapat pula berupa pengaruh negatif. Pengaruh positif yang dimaksud adalah ketika individu bersama teman-teman sebayanya melakukan aktifitas yang bermanfaat seperti membentuk kelompok belajar dan patuh pada norma-norma dalam masyarakat. Sedangkan pengaruh negatif yang dimaksudkan dapat berupa pelanggaran terhadap norma-norma sosial. Menurut Mu'tadin dalam (Farida, 2018:87) teman sebaya adalah sekelompok orang yang memiliki usia yang sama dengan kita, dan memiliki kelompok sosial yang sama pula, misalnya teman sekolah.

Menurut Ahmadi (2002:191) teman sebaya juga dapat diartikan sebagai kelompok yang terdiri atas sejumlah individu yang sama. Individu-individu anggota kelompok sebaya itu mempunyai persamaan-persamaan usia dan status sosialnya. Kelompok teman sebaya biasanya saling bercerita tentang kesenangan dan latar belakang anggotanya. Selain tingkat usia yang sama, teman sebaya juga memiliki tingkat kedewasaan yang sama. Adanya interaksi dengan teman sebaya akan mampu menciptakan kehidupan sosial yang baik untuk perkembangan anak karena dalam kehidupan teman sebaya di dalamnya terjadi proses sosial dimana terjadi proses saling mempengaruhi dan dipengaruhi diantara mereka. Hal ini

menyebabkan anak menjadi lebih pandai, kreatif, bisa belajar bekerja sama, belajar tenggang rasa serta yang terpenting belajar mengembangkan kemampuan sosial yang dimilikinya.

2.5.2 Ciri - Ciri Teman Sebaya

Menurut Santoso (2004:81) ciri-ciri teman sebaya adalah sebagai berikut:

1. Tidak mempunyai struktur organisasi yang jelas.

Kelompok sebaya terbentuk secara spontan. Diantara anggota kelompok mempunyai kedudukan yang sama, tetapi ada satu diantara anggota kelompok yang dianggap sebagai pemimpin. Dimana semua anggota beranggapan bahwa dia memang pantas dijadikan sebagai pemimpin, biasanya disegani dalam kelompok itu.

2. Bersifat sementara.

Karena tidak adanya struktur yang jelas, maka kelompok ini kemungkinan tidak bisa bertahan lama, jika yang menjadi keinginan masing-masing anggota kelompok tidak tercapai, atau karena keadaan yang memisahkan mereka seperti pada teman sebaya di sekolah.

2. Kelompok sebaya mengajarkan individu tentang kebudayaan yang luas.

Misalnya teman sebaya di sekolah, mereka umumnya terdiri dari individu yang berbeda-beda lingkungannya, yang mempunyai aturan atau kebiasaan yang berbeda-beda. Lalu mereka memasukkannya dalam kelompok sebaya sehingga mereka saling belajar secara tidak langsung tentang kebiasaan itu dan dipilih yang sesuai dengan kelompok, kemudian dijadikan kebiasaan kelompok.

4. Anggotanya adalah individu yang sebaya.

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

2.5.3 Fungsi Teman Sebaya

Menurut Kelly dan Hansen dalam (Farida, 2018:90) terdapat fungsi dari teman sebaya yaitu:

1. Mengontrol Impuls-Impuls Agresif

Kelompok teman sebaya menjadi salah satu yang memengaruhi perilaku remaja, karena teman sebaya merupakan sosok yang dicontoh oleh remaja terutama dalam hal tingkah laku. Oleh karena itu, teman sebaya yang baik akan mengarahkan atau memberi contoh kepada remaja untuk bertanggung jawab atas semua yang remaja lakukan, mengontrol emosi dan perilaku yang cenderung agresif.

2. Memperoleh Dorongan Emosional dan Sosial.

Melalui kelompok teman sebaya, remaja dapat memperoleh dukungan emosi dan dukungan sosial. Salah satu fungsi teman sebaya adalah memberikan dorongan-dorongan positif kepada remaja, agar ia dapat tumbuh dengan mandiri, bertanggung jawab, dan memiliki kematangan emosi yang tinggi.

3. Meningkatkan Keterampilan-Keterampilan Sosial.

Teman sebaya menjadi contoh bagi remaja, memberikan berbagai informasi yang tidak diterima remaja di lingkungan keluarganya. Kelompok teman

sebaya dapat membuat remaja berpengetahuan luas dan memiliki pergaulan yang luas, mengembangkan kemampuan penalaran, dan belajar untuk mengekspresikan perasaan-perasaan dengan cara yang lebih matang, sehingga remaja menjadi lebih kreatif dan belajar untuk mengekspresikan perasaan-perasaan yang ada pada dirinya dengan baik.

4. Memperkuat Penyesuaian Moral dan Nilai-Nilai.

Temannya yang positif akan memberikan pengetahuan moral yang baik kepada remaja, karena teman sebaya merupakan seseorang yang ditiru remaja di luar lingkungan keluarga.

5. Meningkatkan Harga Diri.

Remaja menjadi meningkatkan harga diri dan tanggung jawabnya setelah mengenal teman sebaya, karena dengan pengaruh teman sebaya remaja menjadi cenderung memiliki gengsi yang tinggi.

2.5.4 Indikator - Indikator Teman Sebaya

Santosa (2004:23) mengemukakan indikator teman sebaya yaitu sebagai berikut:

1. Kerja Sama.

Kerja sama sangat diperlukan, karena dengan adanya gotong royong atau kerjasama siswa akan lebih mudah melaksanakan kegiatan yang sedang dilakukan, adanya tukar pikiran antar individu yang akan memunculkan berbagai ide atau jalan keluar dalam pemecahan masalah serta menunjang kekompakan antar siswa. Deskriptor dari kerja sama meliputi:

a) Menggunakan waktu bersama dalam melakukan kegiatan.

b) Memecahkan masalah yang ada secara bersama-sama.

2. Persaingan.

Persaingan adalah suatu perjuangan yang dilakukan perorangan atau kelompok sosial tertentu agar memperoleh kemenangan atau hasil secara kompetitif tanpa menimbulkan ancaman atau benturan fisik. Deskriptor dari persaingan meliputi:

a) Sungguh-sungguh dalam persaingan.

b) Sportif dalam persaingan.

3. Pertentangan.

Suatu bentuk interaksi sosial ketika individu atau kelompok dapat mencapai tujuan sehingga individu atau kelompok lain hancur. Deskriptor dari pertentangan meliputi:

a) Membenci teman diluar kelompok.

b) Berpendirian kuat dalam mempertahankan pendapat.

4. Penerimaan / Akulturasi.

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

a) Menghargai pendapat orang lain.

b) Menerima masukan dari teman.

c) Berteman dengan semua orang tanpa membeda-bedakan teman.

5. Persesuaian / Akomodasi.

Persesuaian atau bisa disebut juga akomodasi adalah penyesuaian tingkah laku manusia, yang dimaksud disini adalah siswa dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitarnya. Deskriptor dari persesuaian meliputi:

a) Mudah akrab dengan teman.

b) Menjalin hubungan baik dengan semua teman.

6. Perpaduan / Asimilasi.

Asimilasi adalah pembaharuan dua kebudayaan yang disertai dengan hilangnya ciri khas kebudayaan asli sehingga membentuk kebudayaan baru. Kaitannya dengan penelitian ini adalah setiap individu masing masing yang memiliki kepribadian yang beragam dapat bergabung menjadi satu sehingga mencapai tujuan yang sama. Deskriptor dari perpaduan meliputi:

a) Mengikuti kebiasaan yang ada dalam kelompok.

b) Saling membantu dalam anggota kelompok.

Berdasarkan kajian teori yang telah dikemukakan, yang dimaksud teman sebaya dalam penelitian ini adalah kelompok yang terdiri atas dua orang atau lebih yang berada pada usia dan kedudukan yang sama dalam waktu yang lama dan memengaruhi satu sama lain. Indikator yang dapat diambil dari teman sebaya yaitu: (1) kerja sama, (2) persaingan, (3) pertentangan, (4) penerimaan / akulturasi, (5) persesuaian / akomodasi, (6) perpaduan / asimilasi.

2.6 Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua

2.6.1 Pengertian Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua

Menurut Nitisusastro (2013:102) kondisi sosial ekonomi adalah kedudukan suatu masyarakat didalam kelompoknya yang erat kaitanya dengan pendapatan, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan kekayaan yang dimilikinya. Menurut Rizkiana (2014:189) sosial ekonomi adalah kedudukan atau posisi seseorang dalam kelompok manusia yang ditentukan oleh jenis aktivitas ekonomi, pendapatan, tingkat pendidikan, jenis rumah tinggal, dan jabatan dalam organisasi. Menurut Jatmiko (2017:41) kondisi sosial ekonomi merupakan suatu kedudukan yang diatur secara sosial dan menempatkan seseorang pada posisi tertentu dalam sosial masyarakat. Pemberian posisi disertai pula dengan seperangkat hak dan kewajiban yang harus dimainkan oleh si pembawa status. Keadaan sosial ekonomi setiap orang itu berbeda-beda dan bertingkat, ada yang keadaan sosial ekonominya tinggi, sedang, dan rendah. Menurut Soekanto (2007) kondisi sosial ekonomi adalah suatu kedudukan yang diatur secara sosial dan menempatkan seseorang pada posisi tertentu dalam masyarakat, pemberian posisi itu disertai pula dengan seperangkat hak dan kewajiban yang harus dimainkan oleh si pembawa status. Menurut Utomo, dkk (2018:6) kondisi sosial adalah semua orang atau manusia lain yang mempengaruhi kita. Kondisi sosial yang mempengaruhi individu melalui dua cara yaitu langsung dan tidak langsung. Secara langsung yaitu seperti dalam pergaulan sehari-hari baik dari keluarga, teman dan pekerjaan. Secara tidak langsung melalui media masa baik cetak, audio maupun audio visual.

2.6.2 Ukuran Sosial Ekonomi

Menurut Soekanto (2007:210), kriteria yang biasa dipakai untuk menggolongkan anggota masyarakat ke suatu lapisan adalah sebagai berikut :

1. Ukuran Kekayaan

Barang siapa yang memiliki kekayaan paling banyak, termasuk lapisan teratas. Kekayaan tersebut, biasanya dapat dilihat pada bentuk rumahnya, mobil pribadinya, cara-cara mempergunakan pakaian serta bahan yang dipakainya, kebiasaan berbelanja barang-barang mahal dan seterusnya.

2. Ukuran Kekuasaan

Barang siapa yang memiliki kekuasaan atau wewenang terbesar, menempati lapisan teratas.

3. Ukuran Kehormatan

Ukuran kehormatan tersebut mungkin terlepas dari ukuran-ukuran kekayaan dan atau kekuasaan. Orang yang paling disegani dan dihormati, mendapat tempat teratas. Ukuran semacam ini banyak dijumpai pada masyarakat tradisional, seperti golongan tua atau mereka yang pernah berjasa.

4. Ukuran Ilmu Pengetahuan

Ilmu pengetahuan sebagai ukuran, dipakai oleh masyarakat yang menghargainya. Ukuran ini kadang-kadang berakibat negatif karena ternyata bukan mutu ilmu pengetahuan yang dijadikan ukuran, akan tetapi gelar sarjananya. Hal ini akan memacu segala macam usaha untuk mendapat gelar walaupun tidak halal.

2.6.4 Tingkatan Status Sosial

Menurut Ahmadi (2002:110) membagi kelas sosial dalam tiga golongan, yaitu:

1. Kelas Atas (*Upper Class*).

Upper class berasal dari golongan kaya raya seperti golongan konglomerat, kelompok eksekutif, dan sebagainya.

2. Kelas Menengah (*Middle Class*).

Kelas menengah biasanya diidentikkan oleh kaum profesional dan para pemilik toko dan bisnis yang lebih kecil.

3. Kelas Bawah (*Lower Class*).

Kelas bawah adalah golongan yang memperoleh pendapatan atau penerimaan sebagai imbalan terhadap kerja mereka yang jumlahnya jauh lebih sedikit dibandingkan dengan kebutuhan pokoknya.

2.6.5 Indikator - Indikator Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua

Menurut Kusniawati dan Kurniawan (2016) ada beberapa indikator dalam status sosial ekonomi orang tua yaitu sebagai berikut:

1. Tingkat Pendidikan.

Pendidikan mengandung makna bahwa pendidikan memiliki peran yang sangat penting dalam proses pematangan seorang individu di kehidupan bermasyarakat. Dengan memiliki pendidikan yang cukup maka seseorang akan mengetahui mana yang baik dan mana yang dapat menjadikan seseorang berguna untuk dirinya sendiri maupun untuk orang lain yang membutuhkan. Masyarakat menganggap bahwa semakin tinggi tingkat

pendidikan seseorang, akan semakin tinggi gaji yang diterima. Selain itu dalam hal kesempatan mendapatkan pekerjaan juga akan lebih baik. Oleh karena itu secara umum masyarakat mengategorikan semakin tinggi tingkat pendidikan semakin tinggi pula kelas sosialnya.

2. Tanggungan Keluarga.

Banyaknya anggota keluarga yang terdiri dari istri dan anak, serta orang lain yang turut serta dalam keluarga berada atau hidup dalam satu rumah dan makan bersama yang menjadi tanggungan kepala keluarga.

3. Tingkat Pendapatan.

Pendapatan akan memengaruhi status sosial ekonomi seseorang, fenomena ini sering dijumpai terutama dalam masyarakat yang materialistis dan tradisional yang menghargai status sosial ekonomi yang tinggi terhadap kekayaan. Pendapatan adalah jumlah penghasilan riil seluruh anggota keluarga yang disumbangkan untuk memenuhi kebutuhan bersama maupun perseorangan dalam keluarga.

Berdasarkan kajian teori yang telah dikemukakan, yang dimaksud kondisi sosial ekonomi orang tua dalam penelitian ini adalah keadaan atau kenyataan yang terlihat atau dirasakan oleh indera manusia tentang keadaan orang tua dan kemampuan orang tua dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Indikator yang dapat diambil dari status sosial ekonomi orang tua yaitu: (1) tingkat pendidikan, (2) keadaan tempat tinggal, (3) tingkat pendapatan.

2.7 Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu berisi tentang penelitian-penelitian terdahulu yang ada kaitannya dengan penelitian sekarang. Penelitian tersebut dijadikan dasar dalam penyusunan penelitian, sebagai pembanding dan penguat yang dapat mendukung penelitian berikutnya.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti/ Tahun/ Judul	Variabel dan Alat Analisis	Hasil Penelitian
Haryuning Mulatsih Saputri, Siswandari dan Binti Muchsini/ 2017/ Pengaruh <i>Financial Literacy</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah Program Khusus (PK) Kottabarat Surakarta.	Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Y = Perilaku Konsumtif X ₁ = <i>Financial Literacy</i> Alat Analisis : Analisis Regresi Sederhana	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan <i>financial literacy</i> terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Muhammadiyah Program Khusus Kottabarat Tahun Ajaran 2016/2017.
Theodorus Mawo, Partono Thomas dan St. Sunarto/ 2017/ Pengaruh Literasi Keuangan, Konsep Diri dan Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 1 Kota Bajawa.	Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Y = Perilaku Konsumtif X ₁ = Literasi Keuangan X ₂ = Konsep Diri X ₃ = Budaya Alat Analisis : Analisis Regresi Berganda	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Konsep diri dan budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Literasi keuangan, konsep diri, dan budaya secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.
Indarti Kusumaningtyas dan Norida Canda Sakti / 2017/ Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa	Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Y = Perilaku Konsumtif X ₁ = Literasi Keuangan X ₂ = Gaya Hidup	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Literasi keuangan dan gaya hidup secara simultan berpengaruh

Kelas XI IPS Di SMA Negeri 1 Taman Sidoarjo.	Alat Analisis : Analisis Deskriptif	signifikan terhadap perilaku konsumtif.
Nurita Dewi, Rusdarti dan Sunarto/ 2017/ Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.	Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Y = Perilaku Konsumtif X ₁ = Lingkungan Keluarga X ₂ = Teman Sebaya X ₃ = Pengendalian Diri X ₄ = Literasi Keuangan Alat Analisis: 1. Analisis Deskriptif 2. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh negatif dan signifikan lingkungan keluarga terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FEB Unisbank. Ada pengaruh positif dan signifikan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FEB Unisbank Semarang. Ada pengaruh negatif dan signifikan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FEB Unisbank. Ada pengaruh negatif dan signifikan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FEB Unisbank Semarang.
Elly Anggraeni dan Khasan Setiaji/ 2018/ Pengaruh Media Sosial Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.	Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Y = Perilaku Konsumtif X ₁ = Media Sosial X ₂ = Status Sosial Ekonomi Orang Tua Alat Analisis : 1. Analisis Statistik Deskriptif 2. Analisis Ststistik Inferensial	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Ada pengaruh positif dan signifikan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Ada pengaruh positif dan signifikan media sosial dan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
Dwi Murwanti/ 2017/ Pengaruh Konsep Diri, Teman Sebaya Dan Budaya Kontemporer Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMP	Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Y = Perilaku Konsumtif X ₁ = Konsep Diri X ₂ = Teman Sebaya X ₃ = Budaya	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa. Teman sebaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa. Budaya kontemporer berpengaruh

Negeri 41 Surabaya.	Kontemporer Alat Analisis : Analisis Regresi Linear Berganda	signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa. Konsep diri, teman sebaya dan budaya kontemporer secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa.
Kadeni dan Ninik Srijani/ 2018/ Pengaruh Media Sosial Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.	Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah: $Y = \text{Perilaku Konsumtif}$ $X_1 = \text{Media Sosial}$ $X_2 = \text{Teman Sebaya}$ Alat Analisis : Analisis Regresi Linear Berganda	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Ada pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Ada pengaruh media sosial dan teman sebaya secara bersamaan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
Regina C. M. Chita, Lydia David dan Cicilia Pali/ 2015/ Hubungan Antara <i>Self-Control</i> Dengan Perilaku Konsumtif <i>Online Shopping</i> Produk <i>Fashion</i> Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011.	Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah: $Y = \text{Perilaku Konsumtif}$ $X_1 = \text{Self-Control}$ Alat Analisis : Uji Korelasi <i>Sperman Rank</i>	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara <i>self-control</i> dengan perilaku konsumtif <i>online shopping</i> produk <i>fashion</i> pada mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011.
Okky Dikria dan Sri Umi Mintarti W./ 2016/ Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013.	Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah: $Y = \text{Perilaku Konsumtif}$ $X_1 = \text{Literasi Keuangan}$ $X_2 = \text{Pengendalian Diri}$ Alat Analisis : Analisis Regresi Linear Berganda	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. Terdapat pengaruh negatif antara pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. Terdapat pengaruh secara simultan antara literasi keuangan, pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan

		Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Malang Angkatan 2013.
Mu'afifah Kusniawati/ 2016/ Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas X IPS Di SMA Negeri 2 Tuban.	Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Y = Perilaku Konsumsi X ₁ = Status Sosial Ekonomi Orang Tua X ₂ = Literasi Ekonomi Alat Analisis : Analisis Regresi Linear Berganda	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IPS SMA Negeri 2 Tuban. Terdapat pengaruh signifikan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IPS SMA Negeri 2 Tuban. Terdapat pengaruh signifikan status sosial ekonomi orang tua dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IPS SMA Negeri 2 Tuban.
Suparti/ 2016/ <i>Mitigating Consumptive Behavior: The Analysis of Learning Experiences of Housewives.</i>	Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Y = <i>Consumptive Behavior</i> X ₁ = <i>Age</i> X ₂ = <i>Educational Background</i> X ₃ = <i>Working Experiences</i> Alat Analisis : Analisis Jalur	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa usia berpengaruh terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga. Latar belakang pendidikan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga. Pengalaman kerja secara langsung berpengaruh terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga.
Novicha Ardiyanti Dan Harnanik/ 2017/ <i>Determinants Of Concumption Behavior Among Students.</i>	Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Y = <i>Consumption Behavior</i> X ₁ = <i>Peer Group</i> X ₂ = <i>Parents' Role</i> X ₃ = <i>Religiosity</i> X ₄ = <i>Financial Literacy</i> Alat Analisis : 1. <i>Analysis Descriptive</i> 2. <i>Path Analysis</i>	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh kelompok teman sebaya, peran orang tua, religiusitas dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumsi siswa.
Kadek Yudiana dan Luh Indrayani/ 2016/	Variabel yang digunakan dalam	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa status sosial

<p><i>The Effect of Socio-Economy Status of Family and Peer Group on the Consumptive Behavior for the Sixth Grade Students of SD Lab Undiksha Singaraja.</i></p>	<p>penelitian ini adalah: $Y = Consumptive\ Behavior$ $X_1 = Socio-Economy\ Status\ of\ Family$ $X_2 = Peer\ Group$</p> <p>Alat Analisis : Analisis Regresi</p>	<p>ekonomi orang tua berpengaruh parsial terhadap perilaku konsumtif siswa. Kelompok teman sebaya memiliki pengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif siswa. Status sosial ekonomi orang tua dan kelompok teman sebaya secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa.</p>
<p>Yohanes Hadi Soesilo dan Nur Anita Yunikawati/ 2016/ <i>The Effect of Parents' Socioeconomic Status and Family's Economic Education towards Financial Literacy and Lifestyle and Its Impact on the Rationality of Consumption.</i></p>	<p>Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah: $Y = Rationality\ of\ Consumption$ $X_1 = Socio-Economic\ Status\ of\ Parents$ $X_2 = Family\ Economic\ Education$ $X_3 = Financial\ Literacy$</p> <p>Alat Analisis : Analisis Jalur</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa status sosial ekonomi orang tua secara signifikan berpengaruh terhadap rasionalitas konsumsi pada mahasiswa S1 Ekonomi Pendidikan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang. Tingkat pendidikan ekonomi keluarga dengan mediasi dari literasi finansial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap rasionalitas konsumsi pada mahasiswa S1 Ekonomi Pendidikan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang. Penelitian ini membuktikan bahwa pendidikan ekonomi keluarga mempengaruhi rasionalitas konsumsi ketika variabel ini terkait dengan literasi keuangan.</p>
<p>Rinna Mulyani, Partono Thomas dan Widiyanto/ 2018/ <i>The Influence of Student Consumption, Social Status of Family, The Economic Parent Status, and The Economic Education of Family to Consumption Behavior.</i></p>	<p>Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah: $Y = Consumption\ Behavior$ $X_1 = Knowledge\ Consumption$ $X_2 = Parents' Socioeconomic\ Status$ $X_3 = Family\ Economic\ Education$</p> <p>Alat Analisis : Analisis Linear</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan konsumsi, status sosial ekonomi orang tua dan pendidikan ekonomi keluarga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumsi siswa.</p>

	<i>Regression</i>	
Supreet Kaur dan Pria Singh/ 2018/ <i>Compulsive Buying Behaviour In Relation To Self Control And Generalized Self Efficacy Among Young Professionals.</i>	Variabel yang digunakan dalam penelitian Ini adalah: $Y = \text{CompulsiveBuying}$ $X_1 = \text{Self Control}$ $X_2 = \text{Self Efficacy}$ Alat Analisis : Analisis Deskriptif	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kontrol diri secara signifikan berpengaruh terhadap pembelian kompulsif. Efikasi diri secara signifikan berpengaruh terhadap pembelian kompulsif.

2.8 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir menggambarkan pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu *financial literacy*, pengendalian diri, teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa.

1) Pengaruh *Financial Literacy*, Pengendalian Diri, Teman Sebaya dan Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif

Financial literacy erat hubungannya dengan perilaku konsumtif seseorang. Dengan adanya *financial literacy* dapat membantu seseorang untuk membuat pengelolaan keuangannya menjadi lebih baik. Rendahnya *financial literacy* berpengaruh pada pengelolaan keuangan, khususnya dalam hal perilaku konsumtif pada siswa. *Financial literacy* yang baik akan menjadikan konsumen yang cerdas, dapat memilah barang, dapat mengatur keuangan dengan baik dan merencanakan masa depan. Menurut Harli, dkk (2015:58) *financial literacy* yang tinggi menyebabkan individu dapat mengelola keuangan dengan baik, sehingga individu tidak perlu mengeluarkan uang lebih dari yang seharusnya.

Pengendalian diri menjadi faktor yang diduga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa. Peran kontrol diri memiliki peranan yang penting dalam

proses membeli suatu barang, karena kontrol diri mampu mengarahkan dan mengatur individu untuk melakukan hal yang positif termasuk dalam membelanjakan sesuatu. Siswa yang memiliki kontrol diri yang lemah adalah siswa yang tidak bisa mengendalikan emosi pada diri mereka sendiri, tidak bisa mencegah atau menjauhi ketika dihadapkan dengan stimulus yang tidak diinginkan dan membuat keputusan berdasarkan emosi sesaat bukan berdasarkan sesuatu yang diyakini. Siswa yang memiliki kontrol diri lemah akan membuat keputusan membeli barang-barang berdasarkan merek dan menarik perhatian tanpa adanya pertimbangan terlebih dahulu manfaat atau kebutuhannya sebagai siswa. Siswa yang memiliki kontrol diri kuat adalah siswa yang dapat mengelola situasi, emosi, perilaku dan bertindak rasional. Dengan demikian siswa yang memiliki kontrol diri yang kuat meskipun dihadapkan dengan stimulus berupa barang-barang yang bermerek atau menarik, siswa dengan kontrol diri yang kuat tidak akan membeli barang-barang tersebut, namun akan membeli barang sesuai kebutuhan siswa.

Teman sebaya dikatakan berpengaruh terhadap perilaku konsumen atau pengambilan keputusan pembelian yang mengarah pada perilaku pembelian impulsif melalui interaksi dalam kelompok sebaya tersebut. Pengaruh teman sebaya membuat remaja cenderung lebih konsumtif dan tidak rasional dalam berperilaku konsumsi, karena pada dasarnya remaja mudah terpengaruh dan ikut-ikutan teman, misalnya dalam hal berpakaian atau membeli produk *fashion* terlihat seperti ada persaingan di dalamnya. Remaja lebih mengarah pada pola hidup untuk memilih barang-barang yang tidak diperlukan atau bukan kebutuhan dasar, hal tersebut dipengaruhi oleh karakteristik remaja yang khas, seperti mudah

tertarik pada mode, suka menggunakan uangnya, tidak realistis, sehingga mudah terjerat pada perilaku membeli yang kurang efisien. Remaja mendapatkan masukan dari teman-temannya atau iklan agar dapat menampilkan dirinya secara menarik. Remaja cenderung berperilaku konsumtif karena dorongan emosional semata, dari usaha tersebut remaja merasa diterima dikelompoknya dan mendapatkan pengakuan sosial dari teman sebayanya.

Kondisi sosial ekonomi adalah salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Seseorang yang mempunyai sosial ekonomi atas cenderung berperilaku konsumtif. Begitu juga dengan seseorang yang mempunyai sosial ekonomi kelas bawah sebagian siswa juga berperilaku konsumtif, meskipun orang tua siswa memiliki penghasilan rendah, siswa membeli barang hanya untuk dijadikan ajang pamer penampilan. Dengan memakai barang-barang bermerk, maka menjadikan status sosial dari siswa tersebut terangkat diantara teman-teman sebayanya, berdasarkan benda-benda yang dimilikinya, gaya berpakaian, dan banyaknya uang yang dibelanjakan. Dari uraian diatas, dapat dikatakan bahwa *financial literacy*, pengendalian diri, teman sebaya dan kondisi sosial ekonomi orang tua dapat memengaruhi perilaku konsumtif siswa.

2) Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif

Financial literacy menjadi faktor yang diduga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa. Dalam memenuhi kebutuhannya, konsumen diperhadapkan dengan berbagai macam pilihan. Dengan banyaknya pilihan yang ada akan membuat konsumen cenderung memenuhi kebutuhan secara berlebihan karena didasarkan oleh keinginan untuk memiliki. Perilaku konsumtif sebagai

kecenderungan seseorang untuk berperilaku secara berlebihan dalam membeli sesuatu secara irasional dan lebih mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan. Konsumen yang melakukan pembelian atau pemenuhan kebutuhan tidak mempertimbangkan dengan rasional karena keinginan yang kuat untuk memiliki.

Seseorang dengan *financial literacy* yang rendah, cenderung memiliki masalah dengan utang dan pengumpulan kekayaan serta pengelolaan kekayaan. Utang dan kekayaan memiliki kaitan dengan pengelolaan keuangan seseorang. *Financial literacy* sebagai bentuk pemahaman aspek keuangan bukan ditujukan untuk mempersulit atau mengekang seseorang dalam menikmati hidup, tetapi dengan literasi keuangan, individu atau keluarga dapat menikmati hidup dengan mendayagunakan sumber daya keuangan dengan tepat untuk mencapai tujuan keuangan pribadi.

Menurut Harli, dkk (2015:58) dengan adanya *financial literacy* yang tinggi menyebabkan individu dapat mengelola keuangan dengan baik, sehingga individu tidak perlu mengeluarkan uang lebih dari yang seharusnya. Rendahnya *financial literacy* berpengaruh pada pengelolaan keuangan, khususnya dalam hal perilaku konsumtif pada siswa. Apabila *financial literacy* meningkat, maka perilaku konsumtif pada siswa akan menurun. Dengan demikian, semakin baik *financial literacy* dalam bertransaksi maka siswa mampu untuk mengelola keuangan dengan baik ditengah pengaruh gaya hidup yang serba hedonis sehingga perilaku konsumtif siswa semakin rasional.

3) Pengaruh Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif

Pengendalian diri menjadi faktor yang diduga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa. Peran kontrol diri memiliki peranan yang penting dalam proses membeli suatu barang, karena kontrol diri mampu mengarahkan dan mengatur individu untuk melakukan hal yang positif termasuk dalam membelanjakan sesuatu. Individu yang memiliki kontrol diri tinggi akan mampu mengatur perilaku belanjannya sesuai dengan kebutuhan bukan hanya untuk memuaskan keinginan mereka, tidak mudah terpengaruh oleh tawaran dengan diskon yang besar, percaya diri dengan penampilan apa adanya, mampu menata uang lebih efisien dengan membelanjakannya untuk sesuatu yang bermanfaat sebagai asset perilaku. Siswa memang selalu diidentifikasi dengan perilaku konsumtif karena mereka masih dalam tahap perkembangan masa remaja, yang mana pada usia tersebut mereka mempunyai keinginan membeli yang tinggi, terutama untuk menunjang penampilan. Sebagai salah satu sifat kepribadian, kontrol diri pada setiap siswa tidaklah sama.

Ada siswa yang memiliki kontrol diri yang rendah dan ada pula siswa yang memiliki kontrol diri yang baik. Siswa yang memiliki kontrol diri yang baik mampu mengarahkan dan mengatur perilakunya dan membawanya kepada konsekuensi perilaku positif. Sifat siswa yang cenderung suka ikut-ikutan teman dan juga mudah terbujuk rayuan iklan dapat dikontrol dengan cara menghindar. Menurut Mutrofin (2018:23) perilaku konsumtif banyak melanda kehidupan remaja yang sebenarnya belum memiliki kemampuan *financial* untuk memenuhi kebutuhannya. Remaja seringkali dijadikan target pemasaran berbagai produk

industri, karena karakteristik remaja yang labil dan mudah dipengaruhi sehingga mendorong munculnya gejala dalam membeli yang tidak wajar. Dalam hal ini membeli tidak dilakukan karena berdasarkan kebutuhan, namun lebih berdasarkan keinginan.

Dengan demikian, pengendalian diri berperan mencegah terjadinya kecenderungan perilaku konsumtif pada siswa, karena dengan memiliki pengendalian diri yang baik, maka siswa dapat mengendalikan perilaku konsumtif. Sebaliknya apabila pengendalian diri siswa rendah, maka siswa akan cenderung berperilaku konsumtif terhadap segala macam bentuk konsumsi, dalam hal ini kurang terkendali dan cenderung tinggi perilaku konsumtifnya.

4) Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif

Teman sebaya diduga memengaruhi remaja dalam berperilaku konsumtif karena remaja akan selalu berusaha agar dapat diterima di dalam lingkungannya, agar tidak dikucilkan dalam remaja biasanya mencoba untuk mengikuti gaya atau *trend* yang sedang terjadi di lingkungannya. Hal ini akan menjadi masalah apabila remaja memaksakan diri agar dapat diterima di lingkungannya, selain dapat menimbulkan konformitas dalam teman sebaya, remaja akan rela melakukan kegiatan konsumsi yang berlebih agar terlihat *stylist* dan memiliki gaya hidup yang tinggi. Menurut Murwanti (2017:32) pengaruh yang didapatkan dari teman sebaya sangat besar. Hal ini dapat dilihat dari segi penampilan diri. Kelompok teman sebaya menilai diri remaja berdasarkan benda-benda yang dimiliki, kemandirian, sekolah, keanggotaan sosial dan banyaknya uang yang dibelanjakan.

Hal tersebut merupakan simbol status yang mengangkat wibawa remaja diantara teman-teman sebaya.

Selain itu, penyesuaian diri pribadi sangat dipengaruhi oleh sikap teman-teman sebaya terhadap pakaian, maka sebagian besar remaja berusaha keras untuk menyesuaikan diri dengan apa yang dikehendaki kelompok dalam hal berpakaian. Kalangan remaja yang berada di *mall* hanya untuk sekedar mengisi waktu luang dan sambil melihat-lihat barang yang ada di *mall*. Remaja juga suka nongkrong di *mall* walau hanya untuk membicarakan hal yang menarik. Hal tersebut dikarenakan suasana *mall* yang nyaman, sehingga membuat remaja putri betah berlama-lama berada di *mall*, remaja juga cenderung menghabiskan uang saku untuk melampiaskan keinginan serta rasa gengsi dan demi penampilan dihadapan teman-teman yang lain.

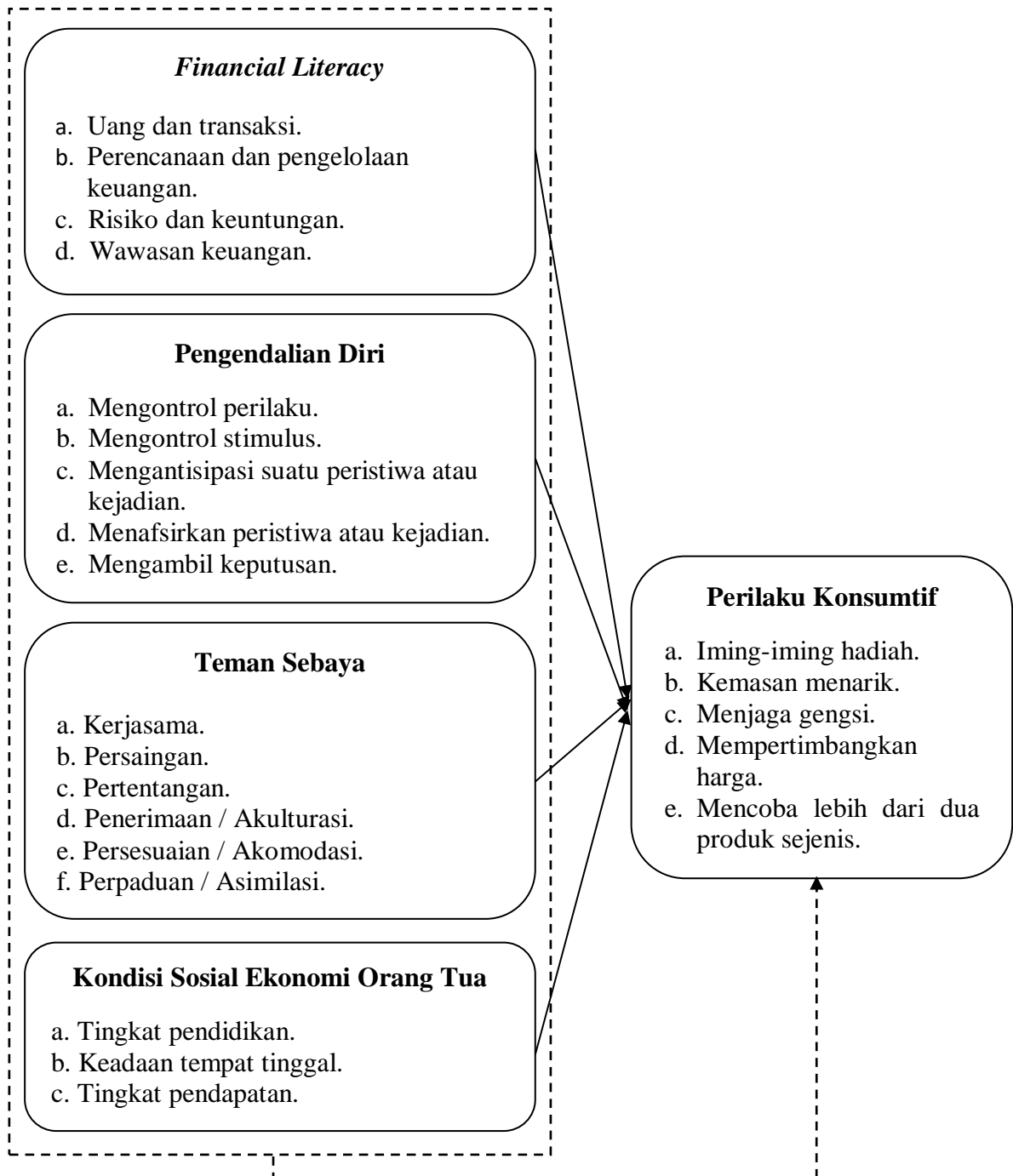
Dengan demikian, seseorang yang mempunyai kelompok teman sebaya, perilaku konsumsinya semakin meningkat (konsumtif) karena seseorang tersebut selalu menyesuaikan dan mengikuti kelompok acuannya tersebut dalam kehidupannya. Oleh karena itu kelompok teman sebaya perlu diperhatikan agar perilaku konsumtif yang dimiliki oleh siswa tidak semakin tinggi.

5) Pengaruh Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif

Kondisi sosial ekonomi orang tua menjadi faktor yang diduga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa. Siswa yang berada dalam sosial ekonomi kelas atas cenderung untuk berkonsumsi lebih banyak. Hal ini terjadi karena dengan pemberian uang saku yang melimpah akan membuat siswa mudah dalam

membelanjakannya dan apabila penggunaan tersebut dilakukan tanpa landasan rasional maka akan mengarah pada perilaku konsumtif. Begitu juga dengan siswa yang berada dalam sosial ekonomi kelas bawah, sebagian siswa masih berperilaku konsumtif. Membeli barang hanya karena untuk memenuhi keinginan yang tidak ada batasnya daripada memenuhi kebutuhannya karena dijadikan ajang pameran penampilan. Siswa-siswi ini saling berlomba memiliki barang-barang terbaru yang sedang *up-to-date*. Dengan memakai barang-barang bermerk, maka menjadikan status sosial dari siswa tersebut terangkat diantara teman-teman sebayanya, berdasarkan benda-benda yang dimilikinya, gaya berpakaian, dan banyaknya uang yang dibelanjakan.

Menurut Sukari, dkk (2013:3) dikalangan remaja yang memiliki orang tua dengan kelas ekonomi yang cukup berada terutama di kota-kota besar, *mall*, sudah menjadi rumah kedua. Mereka ingin menunjukkan bahwa dirinya bias mengikuti mode yang sedang beredar. Padahal mode selalu berubah sehingga generasi muda tidak pernah puas dengan apa yang dimilikinya. Dengan demikian, seseorang yang mempunyai status sosial ekonomi baik cenderung berperilaku konsumtif.



Gambar 3.1 Kerangka Berpikir

Keterangan:

—————> : Mempengaruhi secara parsial.

-----> : Mempengaruhi secara simultan.

3.9 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan paparan tentang pengaruh *financial literacy*, pengendalian diri, teman sebaya, dan kondisi sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 2 Bae Kudus, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁ : Terdapat pengaruh *financial literacy*, pengendalian diri, teman sebaya dan kondisi sosial ekonomi orang tua secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI di SMA Negeri 2 Bae Kudus.

H₂ : Terdapat pengaruh negatif *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI di SMA Negeri 2 Bae Kudus.

H₃ : Terdapat pengaruh negatif pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI di SMA Negeri 2 Bae Kudus.

H₄ : Terdapat pengaruh positif teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI di SMA Negeri 2 Bae Kudus.

H₅ : Terdapat pengaruh positif kondisi sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI di SMA Negeri 2 Bae Kudus.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

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

1. Ada pengaruh *financial literacy*, pengendalian diri, teman sebaya dan kondisi sosial ekonomi orang tua secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif sebesar 71,4% pada siswa kelas XI SMA Negeri 2 Bae Kudus.
2. Ada pengaruh *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif sebesar 47,6% pada siswa kelas XI SMA Negeri 2 Bae Kudus. Adapun pengaruhnya negatif dan signifikan, apabila *financial literacy* siswa meningkat, maka perilaku konsumtif siswa akan menurun. Sebaliknya, apabila *financial literacy* siswa menurun, maka perilaku konsumtif siswa akan meningkat.
3. Ada pengaruh pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif sebesar 27,2% pada siswa kelas XI SMA Negeri 2 Bae Kudus. Adapun pengaruhnya negatif dan signifikan, apabila pengendalian diri siswa tinggi, maka perilaku konsumtif siswa akan menurun. Sebaliknya, apabila pengendalian diri siswa rendah, maka perilaku konsumtif siswa akan meningkat.
4. Ada pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif sebesar 14,4% pada siswa kelas XI SMA Negeri 2 Bae Kudus. Adapun pengaruhnya

positif dan signifikan, hal ini berarti semakin tinggi pengaruh teman sebaya maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif siswa.

5. Ada pengaruh kondisi sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif sebesar 20,1% pada siswa kelas XI SMA Negeri 2 Bae Kudus. Adapun pengaruhnya positif dan signifikan, hal ini berarti semakin baik kondisi sosial ekonomi orang tua maka perilaku konsumtif siswa semakin meningkat.

5.2 Saran

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

1. Bagi siswa dapat menyeimbangkan perilakunya dalam mengonsumsi suatu barang. Ketika terjadi peningkatan uang saku, siswa sebaiknya meningkatkan kontrol dirinya agar siswa lebih bijak dalam membelanjakan uang sakunya dan mengaplikasikan ilmu ekonomi yang didapat untuk mengatur keuangannya dengan membuat skala prioritas untuk memenuhi kebutuhan yang lebih didahulukan. Dalam memilih teman sebaya, pilihlah teman sebaya yang dapat memberikan pengaruh yang baik, jangan mudah terpengaruh dan yakin dengan diri sendiri, mengerti mana yang sebaiknya ditiru dan mana yang sebaiknya tidak ditiru, sehingga siswa lebih bijak dalam penentuan pengambilan keputusan pembelian agar siswa terhindar dari perilaku konsumtif.
2. Bagi orang tua dapat memperhatikan uang saku yang diberikan kepada anaknya, memberikan uang saku secukupnya agar siswa selalu

memperhatikan konsumsinya dan tidak boros dalam membelanjakan uang sakunya.

3. Bagi guru dapat menjalin kerja sama yang baik dengan konselor untuk membantu masalah yang dihadapi oleh siswa dalam hal perilaku konsumtif yang berlebihan, serta dengan bantuan dari konselor, guru diharapkan bisa mengarahkan dan meningkatkan kesadaran siswa bahwa dengan berperilaku konsumtif yang berlebihan banyak dampak yang akan ditimbulkan. Selain itu yang paling penting adalah guru bimbingan dan konseling memberikan layanan bimbingan dan konseling kelompok dalam bidang pribadi dan sosial khususnya tentang bagaimana membuat skala prioritas dan cara memilih teman dapat berpengaruh baik bagi perkembangan diri siswa.
4. Bagi sekolah dapat meminimalisir dan memberikan antisipasi pada siswa terkait gaya hidup yang berlebihan yang mengarah kepada perilaku konsumtif dan memberikan sosialisasi kepada siswa mengenai penyebab serta upaya penanggulangan perilaku konsumtif yang terjadi dikalangan remaja, dengan mengundang para pakar dan psikolog sebagai narasumber untuk memberi informasi kepada para siswa. Sehingga para siswa dapat memahami dan mengetahui informasi mengenai pola hidup konsumtif dan bahayanya bagi masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ackadiyah, Siti. (2013). Pengaruh Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Motivasi Belajar Siswa Sma Negeri 2 Purworejo. *Jurnal Oikonomia*. 2(4): 316-318.
- Ahmadi, Abu. (2002). *Sosiologi Pendidikan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Amaliya, Luthfatul dan Khasan Setiaji. (2017). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya Dan Kondisi Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Semarang). *Economic Education Analysis Journal*. 6(3): 835-842.
- Andin. (2016). Hubungan Interaksi Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI Di SMA N 6 Yogyakarta. *e-Jurnal Bimbingan dan Konseling*. 3(1): 11-20.
- Anggraeni, Elly dan Khasan Setiaji. (2018). Pengaruh Media Sosial Dan Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Economic Education Analysis Journal*. 7(1): 172-180.
- Ardiyanti, Novicha dan Harnanik. (2017). *Determinants Of Concumption Behavior Among Students*. *Economic Education Analysis Journal*. 6(1): 59-69.
- Astidewi. (2018). Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Penggunaan Paket Kuota Internet (Studi Pada Siswa SMAN 5 Samarinda). *e-jurnal Psikoborneo*. 6(1):126-135.
- Bahari, Andi Faisal dan Muhammad Ashoer. (2018). Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ekowisata. *Jurnal Manajemen*. 5(1): 69-78.
- Budikunconingsih, Sulistiyowati. (2017). Pengaruh Teman Sebaya Dan Persepsi Pola Asuh Orang Tua Terhadap Agresivitas Siswa Di Sekolah Dasar Gugus Sugarda. *Jurnal Sains Sosial Dan Humaniora*. 1(2): 85-92.
- Chen, Haiyang dan Ronald P. Volpe . (1998). *An Analysis Of Personal Financial Literacy Among College Students*. *Financial Services Review*. 7(2): 107-128.
- Chita, Regina, Lydia David dan Cicilia Pali. (2015). Hubungan Antara *Self-Control* Dengan Perilaku Konsumtif *Online Shopping* Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal E-Biomedik*. 3(1): 297-302.

- Dewi, N., Rusdarti, & Sunarto, S. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education*. 6(1): 29-35.
- Dikria, Okky dan Sri Umi Mintarti. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 9(2): 128-139.
- Dwiastuti, Rini. (2012). *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Estetika, Mia. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Siswa Perempuan Kelas XII IPS. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*. 6(6): 1-10.
- Farida, Nuning dan Devi Anggi Friani. (2018). Analisis Manfaat Interaksi Teman Sebaya Terhadap Perilaku Sosial Anak Usia Dini Di RA Muslimat NU 007 Gandu 1 Mlarak Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur. *Seminar Nasional Multidisiplin*. Magetan: Universitas Doktor Nugroho Magetan.
- Fariad, Laila dan Fuad Nashori. (2012). Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Kecemasan Menghadapi Masa Pembebasan Pada Narapidana di Lembaga Masyarakatan Wirogunan Yogyakarta. *Jurnal Khazanah*. 5(2): 63-74.
- Fattah, Fuad Abdul, Mintasih Indriayu dan Sunarto. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi*. 4(1): 11-21.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariyono, Pulyadi. (2015). Hubungan Gaya Hidup Dan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 5 Samarinda. *e-journal Psikologi*. 3(2): 569-578.
- Harli, Felicia Claresta, Nanik Linawati dan Gesti Memarista. (2015). Pengaruh *Financial Literacy* Dan Faktor Sosiodemografi Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Finesta*. 3(1): 58-62.
- Imansari, Febrina Iqhyarul dan Dhiah Fitrayati. (2015). Pengaruh Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas XI IIS di SMA Negeri 17 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 4(3):1-8.

- Imawati, Indah, Susilaningsih dan Elvia Ivada. (2013). Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013. *Jurnal Pendidikan UNS*. 2(1): 48-58.
- Iqbal, Shahid dan Zeenat Ismail. (2011). *Buying Behaviour: Gender and Socioeconomic Class Differences on Interpersonal Influence Susceptibility*. *International Journal of Business and Social Science*. 2(4): 55-66.
- Jacinda, Aviona. (2016). Perilaku Konsumen Dalam Memilih *Rever Academy* Surabaya. *Jurnal e-Komunikasi*. 4(1): 1-10.
- Jatmiko, Roni Priyo. (2017). Kondisi Sosial Ekonomi, Gaya, dan Prestasi Belajar. *Jurnal Penelitian dan Pendidikan IPS*. 11(1): 38-53.
- Kadeni dan Ninik Srijani. (2018). Pengaruh Media Sosial Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Equilibrium*. 6(1): 62-70.
- Kaur, Supreet dan Pria Singh. (2018). *Compulsive Buying Behaviour in relation to Self Control and Generalized Self Efficacy among Young Professionals*. *International Journal of Research in Social Sciences*. 8(3): 404-416.
- Kusumaningtyas, Indarti dan Norida Canda Sakti. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IPS Di SMA Negeri 1 Taman Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 5(3): 1-8.
- Kusuma, Unggul Pradana. (2017). Pengaruh Kondisi Orang Tua Dan Lingkungan Terhadap Prestasi Belajar Siswa Kelas XI SMK Negeri 1 Depok Sleman. *Jurnal Bimbingan Konseling dan Dakwah Islam*. 14(2): 44-53.
- Kusniawati, Mu'afifah dan Riza Yonisa Kurniawan. (2016). Pengaruh Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas X IPS Di SMA Negeri 2 Tuban. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 4(3): 1-9.
- Lisma, Niati dan Agung Haryono. (2016). Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ditinjau dari Motif Bertransaksi (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan Tahun 2012). *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 9(1): 41-50.
- Lusardi, A dan Mitchell, O.S. (2007). *Baby Boomer Retirement Security: The Roles Of Planning, Financial Literacy, and Housing Wealth*. *Journal of Monetary Economics*. 54(1): 205-224.

- Mawo, Theodorus, Partono Thomas dan St. Sunarto. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan, Konsep Diri dan Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 1 Kota Bajawa. *Journal of Economic Education*. 6(1): 60-65.
- Mendari, Anastasia Sri dan Suramaya Suci Kewal. (2013). Tingkat Literasi Keuangan di Kalangan Mahasiswa STIE MUSI. *Jurnal Economica*. 9(2): 130-140.
- Mulyani, Rinna, Partono Thomas dan Widiyanto. (2018). *The Influence of Student Consumption, Social Status of Family, The Economic Parent Status, and The Economic Education of Family to Consumption Behavior*. *Journal of Economic Education*. 7(1): 24-30.
- Murwanti, Dwi. (2017). Pengaruh Konsep Diri, Teman Sebaya Dan Budaya Kontemporer Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMP Negeri 41 Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*. 5(1): 38-51.
- Mutrofin, Luluk. (2018). Pengaruh Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua, Kontrol Diri dan Respon Pada Iklan Terhadap Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Jurusan Ekonomi Pembangunan, Universitas Negeri Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 11(1): 56-62.
- Nugroho, Bhuono Agung. (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Nurachma, Yasin'ta Aulia dan Sandy Arief. (2017). Pengaruh Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya Dan *Financial Literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016. *Economic Education Analysis Journal*. 6(2): 489-500.
- Nitisusastro, Mulyadi (2013). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Purwanti, Ana. (2011). Pengaruh Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua, Persepsi Atas Lingkungan, Dan Prestasi Belajar Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. 16(1): 11-16.
- Putra, Adrie, Sri Handayani dan Ari Pambudi. (2012). Perilaku Pengendalian Diri Pada Perilaku Manajemen Keuangan Personal Berdasarkan Pada Teori *Planned Behavior* Menggunakan Pendekatan *Partial Least Square*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 5(3): 1-10.

- Putri, Sheila Febriani, Joko Widodo dan S. Martono. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Melalui Rasionalitas Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Siswa Kelas XI Ilmu Sosial SMA Negeri se-Kota Semarang). *Journal of Economic Education*. 5(2): 179-192.
- Rahman, Nurul Hidayah, Harry J. Sumampouw dan Sofia A.P Sambul. (2016). Pengaruh Motivasi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Roda Dua Honda. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 1(2): 1-11.
- Rifa'i, Achmad dan Catharina Tri Anni. (2012). *Psikologi Pendidikan*. Semarang: UNNES PRESS.
- Rizkiana, Atya. (2014). Pengaruh Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua, Motivasi Belajar, Disiplin Belajar Terhadap Prestasi Belajar Pada Siswa SMK Barunawati Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*. 2(2): 186-198.
- Rizky, Rahmi dan Risana Rachmatan. (2016). Hubungan Antara Citra Tubuh Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Psikogenesis*. 4(2): 182-191.
- Santosa, Purbayu Budi dan Ashari. (2005). *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Santosa, Slamet. (2004). *Dinamika Kelompok*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Saputri, Marheni Eka. (2016). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia. *Jurnal Sositologi*. 15(2): 291-297.
- Saputri, Haryuning Mulatsih, Siswandari dan Binti Muchsini. (2017). Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah Program Khusus (PK) Kottabarat Surakarta. *Jurnal Tata Arta*. 3(2): 85-94.
- Soekanto, Soerjono. (2007). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Soesilo, Yohanes Hadi dan Nur Anita Yunikawati. (2016). *The Effect of Parents' Socioeconomic Status and Family's Economic Education towards Financial Literacy and Lifestyle and Its Impact on the Rationality of Consumption*. *International Conference on Education For Economics*. 3(2): 600-608.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Suharyadi dan Purwanto. (2004). *Statistika Untuk Ekonomi & Keuangan Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sukari, Mudjijono dan Endah Susilantini. (2013). *Perilaku Konsumtif SMA di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Yogyakarta: Balai Pelestarian Nilai Budaya.
- Suparti. (2016). *Mitigating Consumptive Behavior: The Analysis of Learning Experiences of Housewives*. *Journal International Education Studies*. 9(3): 114-122.
- Susilowati, Tri dan Irma Mustika Sari. (2014). Hubungan Dukungan Sosial Teman Sebaya (Peer Group) Dengan Minat Mahasiswa Mengikuti Program Profesi Ners Di Stikes Aisyiyah Surakarta. *Jurnal Gaster*. 11(2): 7-15.
- Tambunan, Raymond. 2001. *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. <https://edoc.site/remaja-dan-perilaku-konsumtif-pdf-free.html>. (Diunduh pada tanggal 10 Januari 2019).
- Utomo, Setyo Dwi, Bambang Wasito Adi dan Sunarto. (2018). Pengaruh Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Motivasi Belajar Terhadap Hasil Belajar Kognitif Kewirausahaan Pada Siswa Kelas XI SMK Kristen 1 Surakarta Tahun Ajaran 2017/2018. *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*. 4(1): 1-10.
- Wahyudin, Agus. (2015). *Metodologi Penelitian (Penelitian Bisnis & Pendidikan)*. Semarang: Unnes Press.
- Wijianto. (2016). Pengaruh Status Sosial dan Kondisi Ekonomi Keluarga Terhadap Motivasi Bekerja Bagi Remaja Awal (Usia 12-16 Tahun) di Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Al Tijarah*. 2(2): 190-210.
- Wirawan, Yahya Reka. (2015). Pengaruh Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Prestasi Belajar Ekonomi dan Perilaku Konsumsi Siswa. *Jurnal Equilibrium*. 3(1): 20-28.
- Yudha, Redi Indra. (2018). Pengaruh Teman Sebaya dan Minat Belajar Terhadap Hasil Belajar Siswa Kelas VII Pada Mata Pelajaran IPS di SMA Negeri 6 Kota Jambi. *Jurnal Istorica*. 2(1): 108-113.
- Yudiana, Kadek dan Luh Indrayani. (2016). *The Effect of Socio-Economy Status of Family and Peer Group on the Consumptive Behavior for the Sixth Grade Students of SD Lab Undiksha Singaraja*. *Journal of Economics and Sustainable Development*. 7(24): 66-70.

Yusuf, Syamsu. (2009). *Psikologi Perkembangan Anak & Remaja*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Zulkarnain. (2002). Hubungan Kontrol Diri dengan Kreativitas Pekerja. *Thesis*. Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Sumatera Utara. <http://library.usu.ac.id/download/fk/psiko-zulkarnain.pdf>. (Diunduh pada tanggal 10 Januari 2019).