



**PENGARUH STATUS SOSIAL EKONOMI ORANG
TUA, *LOCUS OF CONTROL* INTERNAL DAN TEMAN
SEBAYA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
MAHASISWA MELALUI LITERASI KEUANGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 se-Kota
Semarang)**

SKRIPSI

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

Oleh

Leni Saraswari

NIM 7101415194

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

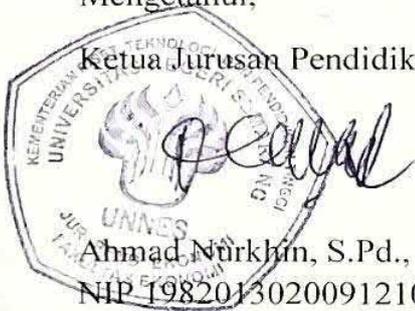
Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripsi pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 24 September 2019

Mengetahui,

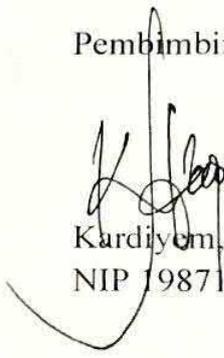
Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi



A circular official stamp from Universitas Sebelas Maret (UNS) Faculty of Education and Social Sciences (JKP). The stamp contains the text: 'KEMENTERIAN KET. TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN', 'UNIVERSITAS SEBELAS MARET', 'UNNES', and 'FAKULTAS PENDIDIKAN DAN KEMAHASISWAAN'. A handwritten signature is written over the stamp.

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

Pembimbing



A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Kardiyem', written over the name and NIP.

Kardiyem, S.Pd., M.Pd.
NIP 198712282015042001

PENGESAHAN KELULUSAN

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

Hari : **Senin**

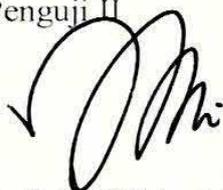
Tanggal : **14 Oktober 2019**

Penguji I



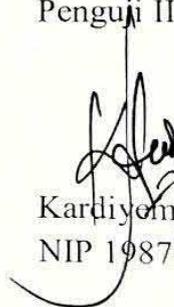
Drs. Tarsis Tarmudji, M.M.
NIP 194911212017021226

Penguji II



Ratih Widhiastuti, S.Pd., M.Si.
NIP 198601082015042001

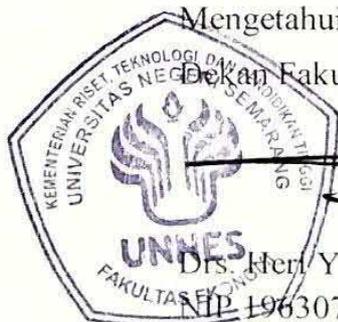
Penguji III



Kardiyem, S.Pd., M.Pd.
NIP 198712282015042001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



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

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Leni Saraswari

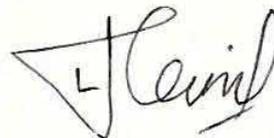
NIM : 7101415194

Tempat Tanggal Lahir : Pati, 26 Mei 1997

Alamat : Ds. Purwosari Dk. Sambikerep Rt 05/III Kec.
Tlogowungu Kab. Pati, Jawa Tengah

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

Semarang, 24 September 2019



Leni Saraswari
NIM 7101415194

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

- Teruslah berusaha meraih mimpi, hadapi rintangan yang menghalangi lalu raihlah mimpimu.
- Semua indah bila pada waktunya dan tidak ada usaha yang sia-sia.

Persembahan:

- 1) Bapak Raslan dan Ibu Mudah, orang tua yang sangat hebat yang selalu memberikan motivasi, dukungan dan segalanya untukku.
- 2) Adikku, Irfan Nuryansyah yang selalu memberikan semangat.
- 3) Teman-teman Pendidikan Akuntansi A 2015 dan semua pihak yang telah membantuku.
- 4) Almamaterku Universitas Negeri Semarang.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, *Locus Of Control* Internal dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa melalui Literasi Keuangan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 se-Kota Semarang)”. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada program studi Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Semarang.

Selesainya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

- 1) Prof. Dr. Fathur Rokhman, M. Hum., Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah mengizinkan penulis menyelesaikan pendidikan di Universitas Negeri Semarang.
- 2) Drs. Heri Yanto, MBA., Ph.D., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah mengesahkan skripsi ini.
- 3) Ahmad Nurkhin, S.Pd., M.Si., Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberi ijin penelitian kepada penulis.
- 4) Kardiyem, S.Pd., M.Pd., Dosen Pembimbing sekaligus Dosen Penguji III yang dengan penuh kesabaran telah membimbing dan mengarahkan penulis sampai dengan terselesaikannya skripsi ini.

- 5) Drs. Tarsis Tarmudji, M.M., selaku Dosen Penguji I dan Ratieh Widhiastuti, S.Pd., M.Si., selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun.
- 6) Teman-teman mahasiswa Pendidikan Akuntansi A 2015 dan teman-teman Sakura Kos yang telah memberikan motivasi, semangat dan dukungan.
- 7) Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu penulisan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi pembaca.

Semarang, 24 September 2019

Penulis

SARI

Saraswari, Leni. 2019. “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, *Locus of Control* Internal dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa melalui Literasi Keuangan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 se-Kota Semarang)”. Skripsi. Jurusan Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing: Kardiyem, S.Pd., M.Pd.

Kata Kunci: Status Sosial Ekonomi Orang Tua, *Locus of Control* Internal, Teman Sebaya, Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif.

Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan dan apabila dibiarkan akan mengakibatkan inflasi dan kesenjangan sosial. Berdasarkan pengamatan penulis, mahasiswa lebih sering belanja *online* membeli barang *fashion* dibandingkan mengeluarkan uangnya untuk keperluan kuliah.. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh status sosial ekonomi orang tua, *locus of control* internal, teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa melalui literasi keuangan sebagai variabel intervening.

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang yang berjumlah 426 mahasiswa. Ukuran sampel penelitian diambil menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5% sehingga didapat jumlah sampel penelitian sejumlah 206 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel *proportional random sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan angket. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis jalur.

Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa cukup konsumtif. Status sosial ekonomi orang tua dan teman sebaya dalam kategori sedang, *locus of control* internal dan literasi keuangan dalam kategori tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan status sosial ekonomi orang tua dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif, *Locus of control* internal tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Status sosial ekonomi orang tua dan teman sebaya tidak berpengaruh terhadap literasi keuangan, *locus of control* internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap literasi keuangan. Literasi keuangan mampu memediasi pengaruh *locus of control* internal terhadap perilaku konsumtif namun tidak bisa memediasi pengaruh status sosial ekonomi orang tua dan teman sebaya.

Kesimpulan dari penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh status sosial ekonomi orang tua, teman sebaya dan literasi keuangan dan literasi keuangan hanya mampu memediasi pengaruh *locus of control* internal terhadap perilaku konsumtif. Saran yang diberikan yaitu mahasiswa tidak boleh meniru perilaku teman sebaya yang negatif dan apabila mahasiswa mempunyai uang yang cukup, lebih baik menabung uang tersebut atau menggunakan uang tersebut untuk berinvestasi.

ABSTRACT

Saraswari, Leni. 2019. "The Influence of Parent's Socio-Economic Status, *Locus of Control* Internal and Peers on Consumptive Behavior of Students through Financial Literacy as Intervening Variables (Study on Economic Education Students for Class of 2016 in Semarang City)". Thesis. Department of Economic Education. Faculty of Economics. Semarang State University. Supervisor: Kardiyem, S.Pd., M.Pd.

Keywords: Parental Socio-Economic Status, *Locus of Control* Internal, Peers, Financial Literacy, Consumptive Behavior.

Consumptive behavior is a behavior that is no longer based on rational considerations, but because of desire and if left unchecked will result in inflation and social inequality. Based on the writer's observation, students often shop rather *online* to buy goods *fashion* than spend money for college needs. The purpose of this study is to determine the effect of parents' socioeconomic status, *locus of control* internal, peers on student consumptive behavior through financial literacy as an intervening variable .

The population of this study was 426 students of Economic Education in Semarang City. The sample size of the study was taken using the Slovin formula with an error rate of 5% so that the number of research samples obtained 206 students. Proportional *random sampling technique*. Data collection techniques using a questionnaire. Data analysis techniques using descriptive statistical analysis and path analysis.

The results of descriptive statistical analysis show that the consumptive behavior of students is quite consumptive. The socioeconomic status of parents and peers in the medium category, *locus of control* internal and financial literacy in the high category. The results showed that there was a positive and significant influence on the socioeconomic status of parents and peers on consumptive behavior, *locus of control* had internal no effect on consumptive behavior, financial literacy had a negative and significant effect on consumptive behavior. The socioeconomic status of parents and peers has no effect on financial literacy, *locus of control* internal has a positive and significant effect on financial literacy. Financial literacy is able to mediate the influence of *locus of control* internal on consumptive behavior but cannot mediate the influence of the socio economic status of parents and peers.

The conclusion from the study shows that consumptive behavior is influenced by the socioeconomic status of parents, peers and financial literacy and financial literacy is only able to mediate the influence of *locus of control* internal on consumptive behavior. The advice given is that students should not imitate the negative behavior of peers and if students have enough money, it is better to save the money or use the money to invest.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN KELULUSAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
PRAKATA	vi
SARI	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	13
1.3 Cakupan Masalah	14
1.4 Perumusan Masalah.....	15
1.5 Tujuan Penelitian.....	16
1.6 Kegunaan Penelitian.....	17
1.7 Orisinalitas Penelitian	18
BAB II KAJIAN PUSTAKAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN	19
2.1 Kajian Teori Utama (<i>Grand Theory</i>).....	19
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen (<i>Consumer Behavior Theory</i>).....	19
2.2 Kajian Variabel Penelitian.....	22
2.2.1 Perilaku Konsumtif	22
2.2.2 Status Sosial Ekonomi Orang Tua	30
2.2.3 <i>Locus of Control</i> Internal	35
2.2.4 Teman Sebaya	38
2.2.5 Literasi Keuangan	43
2.3 Kajian Penelitian Terdahulu	45
2.4 Kerangka Berfikir.....	48
2.4.1 Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	48
2.4.2 Pengaruh <i>Locus of Control</i> Internal terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	49
2.4.3 Pengaruh Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	51
2.4.4 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	52
2.4.5 Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa	53
2.4.6 Pengaruh <i>Locus of Control</i> Internal terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa	54
2.4.7 Pengaruh Teman Sebaya terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa.....	55

2.4.8	Literasi Keuangan dapat Memediasi Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	57
2.4.9	Literasi Keuangan dapat Memediasi Pengaruh <i>Locus Of Control</i> Internal Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	58
2.4.10	Literasi Keuangan dapat Memediasi Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	59
2.5	Hipotesis Penelitian.....	61
BAB III METODE PENELITIAN		63
3.1	Jenis dan Desain Penelitian	63
3.2	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	63
3.2.1.	Populasi.....	63
3.2.2	Sampel	64
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel	64
3.3	Variabel Penelitian	65
3.3.1	Variabel Dependen	65
3.3.2	Variabel Independen	65
3.3.3	Variabel Intervening	67
3.4	Teknik Pengumpulan Data	67
3.4.1	Kuesioner (Angket).....	67
3.5	Instrumen Penelitian.....	68
3.5.1	Uji Validitas	68
3.5.2	Uji Reliabilitas	72
3.6	Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	73
3.6.1.	Analisis Statistik Deskriptif	73
3.6.2	Uji Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	76
3.6.3	Uji Sobel	80
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		81
4.1	Hasil Penelitian	81
4.1.1	Analisis Statistik Deskriptif	81
4.1.2	Uji Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	90
4.1.3	Uji Sobel	104
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian.....	111
4.2.1	Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	111
4.2.2	Pengaruh <i>Locus of Control</i> Internal terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	114
4.2.3	Pengaruh Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa ..	115
4.2.4	Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	117
4.2.5	Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa	119
4.2.6	Pengaruh <i>Locus of Control</i> Internal terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa	121
4.2.7	Pengaruh Teman Sebaya terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa ...	123

4.2.8 Literasi Keuangan dapat Memediasi Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	124
4.2.9 Literasi Keuangan dapat Memediasi Pengaruh <i>Locus of Control</i> Internal terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	126
4.2.10 Literasi Keuangan dapat Memediasi Pengaruh Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	128
BAB V PENUTUP	132
5.1 Simpulan	132
5.2 Saran	132
DAFTAR PUSTAKA	134
LAMPIRAN.....	139

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	45
Tabel 3.1	Jumlah Populasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 se-Kota Semarang	63
Tabel 3.2	Sampel Penelitian.....	64
Tabel 3.3	Penilaian Jawaban Responden	68
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif Mahasiswa.....	68
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua.	69
Tabel 3.6	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Locus of Control</i> Internal.....	70
Tabel 3.7	Hasil Uji Validitas Variabel Teman Sebaya	70
Tabel 3.8	Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan.....	71
Tabel 3.9	Hasil Uji Reabilitas Instrumen	72
Tabel 3.10	Kategori Variabel Perilaku Konsumtif.....	74
Tabel 3.11	Kategori Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua.....	74
Tabel 3.12	Kategori Variabel <i>Locus of Control</i> Internal.....	75
Tabel 3.13	Kategori Variabel Teman Sebaya	76
Tabel 3.14	Kategori Variabel Literasi Keuangan.....	76
Tabel 4.1	Deskriptif Statistik Perilaku Konsumtif	81
Tabel 4.2	Analisis Deskriptif Variabel Prilaku Konsumtif	82
Tabel 4.3	Analisis Deskriptif Per Indikator Variabel Perilaku Konsumtif ...	83
Tabel 4.4	Deskriptif Statistik Status Sosial Ekonomi Orang Tua	84
Tabel 4.5	Analisis Deskriptif Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua ..	84
Tabel 4.6	Analisis Deskriptif Per Indikator Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua.....	85
Tabel 4.7	Deskriptif Statistik <i>Locus of Control</i> Internal.....	85
Tabel 4.8	Analisis Deskriptif Variabel <i>Locus of Control</i> Internal	86
Tabel 4.9	Analisis Deskriptif Per Indikator Variabel <i>Locus of Control</i> Internal	86
Tabel 4.10	Deskriptif Statistik Teman Sebaya.....	87
Tabel 4.11	Analisis Deskriptif Variabel Teman Sebaya	87
Tabel 4.12	Analisis Deskriptif Per Indikator Teman Sebaya.....	88
Tabel 4.13	Deskriptif Statistik Literasi Keuangan	88
Tabel 4.14	Analisis Deskriptif Variabel Literasi Keuangan	89
Tabel 4.15	Analisis Deskriptif Per Indikator Variabel Literasi Keuangan	89
Tabel 4.16	Hasil Uji Regresi Linear Berganda dengan Perilaku Konsumtif sebagai Variabel Dependen.....	91
Tabel 4.17	Hasil Uji Regresi Linear Berganda dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Dependen.....	93

Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas dengan Perilaku Konsumtif sebagai Variabel Dependen.....	96
Tabel 4.19 Hasil Uji Normalitas dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Dependen.....	96
Tabel 4.20 Hasil Uji Linearitas dengan Perilaku Konsumtif sebagai Variabel Dependen.....	97
Tabel 4.21 Hasil Uji Linearitas dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Dependen.....	98
Tabel 4.22 Hasil Uji Multikolinearitas dengan Perilaku Konsumtif sebagai Variabel Dependen.....	99
Tabel 4.23 Hasil Multikolinearitas dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Dependen.....	99
Tabel 4.24 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Perilaku Konsumti sebagai Variabel Dependen.....	100
Tabel 4.25 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Dependen.....	101
Tabel 4.26 Hasil Uji t dengan Perilaku Konsumtif sebagai Variabel Dependen.....	101
Tabel 4.27 Hasil Uji t dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Dependen.....	103
Tabel 4.28 Hasil Uji Hipotesis	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	61
Gambar 4.1 <i>Sobel Test</i> Status Sosial Ekonomi Orang Tua	106
Gambar 4.2 <i>Sobel Test Locus of Control</i> Internal	107
Gambar 4.3 <i>Sobel Test</i> Teman Sebaya	109

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Responden Uji Coba Instrumen Penelitian	140
Lampiran 2	Kisi-Kisi Uji Coba Instrumen Penelitian.....	141
Lampiran 3	Angket Uji Coba Instrumen Penelitian.....	142
Lampiran 4	Tabulasi Data Uji Coba Instrumen Penelitian	150
Lampiran 5	Hasil Uji Coba Validitas Instrumen Penelitian	157
Lampiran 6	Hasil Uji Coba Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	164
Lampiran 7	Daftar Responden Penelitian	165
Lampiran 8	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	170
Lampiran 9	Angket Penelitian	171
Lampiran 10	Tabulasi Hasil Penelitian.....	179
Lampiran 11	Hasil Analisis Deskriptif Statistik	211
Lampiran 12	Hasil Uji Prasyarat Data Penelitian	212
Lampiran 13	Hasil Uji Asumsi Klasik Data Penelitian	214
Lampiran 14	Hasil Analisis Regresi	215
Lampiran 15	Hasil Uji Sobel.....	216
Lampiran 16	Surat Izin Penelitian.....	217

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

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

Konsumsi merupakan suatu kegiatan penggunaan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dalam menjaga keseimbangan hidup dengan pola yang sesuai dengan penghasilan. Lebih lanjut hakikat konsumsi, dalam hidup manusia terkait dengan pemenuhan akan kebutuhan hasrat fisik manusia. Maslow dalam Effendi (2016) teorinya tentang hierarki kebutuhan manusia, mengemukakan bahwa kebutuhan manusia secara berurutan meliputi: kebutuhan fisiologis (pangan, sandang dan papan), keutuhan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan harga diri dan aktualisasi diri. Perilaku konsumen (*consumer behaviour*) menurut Mowen & Minor (2002) merupakan studi tentang unit pembelian (*buying unit*)

dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide.

Hasil riset yang dirilis oleh Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) tahun 2018 dalam Hasan (2018), menunjukkan bahwa ternyata masyarakat Indonesia tergolong sebagai tipe masyarakat yang memiliki tingkat kepercayaan diri tinggi dalam perilaku konsumtifnya. Dibandingkan dengan negara-negara lain yang pertumbuhan di sektor ekonominya cukup mapan dibandingkan Indonesia semisal Skandinavia dan Swiss, Indonesia ternyata menduduki peringkat ketiga dengan penduduk yang terbilang cukup konsumtif dari total 106 negara yang dijadikan sampel penelitian. Bermula dari motif awalnya yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan hidup, dalam perkembangannya aktivitas konsumsi masyarakat kemudian mengalami pergeseran orientasi. Perkembangan teknologi, pesatnya pembangunan dan industrialisasi memiliki andil terhadap perubahan motif perilaku konsumtif (Hasan, 2018).

Pola hidup konsumtif dan mengikuti tren terkini sering kita temui pada masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan. Berdasarkan hasil *Marketing Research* (MARS) tahun 2014 dalam Anggraeni (2017) bahwa lebih dari 50% konsumen Indonesia melakukan kegiatan berbelanja di *mall* atau pusat pembelanjaan dalam sebulan terakhir yang didominasi oleh kelompok usia muda sampai dewasa. Hal tersebut diperkuat dengan hasil *Marketing Research* (MARS) tahun 2017 dalam Anggraeni (2017) bahwa perilaku belanja konsumen Indonesia terjadi dalam 7 kota besar di Indonesia yaitu Jakarta, Bandung, Surabaya, Semarang, Medan, Makasar dan Banjarmasin.

Perilaku konsumtif ini tidak hanya terjadi pada orang dewasa saja, tetapi juga terjadi pada remaja. Fase pada masa remaja dibagi menjadi 3 yaitu masa remaja awal (13-15 tahun), masa remaja madya (15-17 tahun), dan masa remaja akhir (17-21 tahun). Mahasiswa termasuk pada fase remaja tahap akhir, dimana dalam fase ini akan sangat mudah terpengaruh oleh berbagai hal di sekelilingnya, baik itu yang positif maupun yang negatif Wijaya & Khafid (2018). Mahasiswa memiliki pengetahuan yang lebih mengenai ilmu ekonomi terutama dalam melakukan pengelolaan keuangan yang baik jika dibandingkan dengan masyarakat pada umumnya. Seharusnya mahasiswa menjadi contoh bagi masyarakat yang lain terutama pada remaja dalam melakukan kegiatan konsumsi yang baik dan tidak mengarah pada kegiatan konsumsi yang konsumtif.

Kebutuhan mahasiswa terdiri dari kebutuhan pokok seperti makan, buku paket untuk kuliah, dan kebutuhan penunjang lainnya seperti transportasi ke kampus. Mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan tersebut tentu ada pengeluaran yang diperlukan. Pemenuhan kebutuhan memang sangat penting artinya untuk mengantarkan individu pada kehidupan yang selaras dengan lingkungannya. Membeli suatu barang sebenarnya tidak menjadi masalah, selama pembelian tersebut benar-benar ditujukan untuk memenuhi kebutuhan yang penting dan mempunyai uang yang cukup. Hal tersebut akan menjadi permasalahan adalah ketika dalam memenuhi kebutuhan tersebut, seseorang mengembangkan perilaku yang mengarah pada pola konsumtif.

Seorang mahasiswa harus bisa mengelola uang sakunya dengan bijak dalam menggunakannya untuk keperluan sehari-hari. Hidup berhemat berarti kita

mencoba untuk membatasi pengeluaran untuk hal-hal yang tidak prinsip, kita tidak perlu menuruti ambisi hidup yang memang ingin serba bagus dan nyaman. Kita harus menyesuaikan tingkat pemenuhan kebutuhan dengan kemampuan kita memenuhi kebutuhan tersebut. Seorang mahasiswa perlu membuat skala prioritas agar bisa mengontrol pengeluaran dengan baik. Menyusun skala prioritas sangat membantu kita dalam mengelola keuangan. Apabila mahasiswa dapat mengelola keuangan secara bijak maka setiap kebutuhan yang bersifat penting dapat terpenuhi dengan maksimal. Mengelola keuangan dengan bijak dapat membiasakan kita untuk hidup teratur, hemat, dan melakukan pengeluaran sesuai kebutuhan hingga membantu merencanakan masa depan dengan lebih baik.

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Nitisusastro (2013) menyatakan istilah perilaku konsumen merupakan perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk barang dan produk jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Perilaku konsumen (*consumer behaviour*) menurut Mowen & Minor (2002) merupakan studi tentang unit pembelian (*buying unit*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide.

Menurut Sumartono (2002) perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas artinya, belum habis sebelum 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 yang memakai

barang tersebut. Perilaku konsumtif yang berlebihan banyak dijumpai pada usia remaja. Pernyataan ini didukung dengan pendapat Sumarwan (2011) menambahkan bahwa perilaku konsumtif menggambarkan kecenderungan untuk melakukan pembelian secara spontan, tidak terefleksi, terburu-buru, dan didorong oleh aspek psikologi emosional.

Kecenderungan mahasiswa dalam berperilaku konsumtif salah satunya karena didukung oleh sarana dan prasarana yang ada. Di daerah Universitas Negeri Semarang (UNNES) sendiri saat ini telah berkembang pesat berbagai cafe, tempat-tempat nongkrong, toko pakaian, toko aksesoris, minimarket, dan pertokoan lainnya. Tempat-tempat tersebut hingga tengah malampun masih ramai dengan mahasiswa yang melakukan berbagai kegiatan di malam hari seperti nongkrong di cafe atau sekedar jalan-jalan untuk mencari makanan. Saat ini dengan semakin berkembangnya tempat-tempat tersebut secara tidak langsung akan berpengaruh terhadap tingkat konsumsi mahasiswa.

Perilaku konsumtif yang terus menerus meningkat, maka akan terjadi pemborosan dan jika tidak diimbangi dengan peningkatan jumlah uang saku mahasiswa, maka akan mengakibatkan kekurangan pada dana mereka. Tidak sedikit pula mahasiswa yang memilih untuk bekerja demi memenuhi segala kekurangan dana untuk membeli barang-barang yang mereka inginkan. Sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wijaya & Khafid (2018) yang berpendapat bahwa sejatinya mahasiswa sebagai manusia yang sedang mencari jati diri dan berada pada usia konsumtif dan senang berbelanja. Penelitian lain yang dilakukan oleh Hidayah (2018) mengatakan bahwa salah satu cara yang

dilakukan mahasiswa untuk mencegah terjadinya kekurangan pada dana mereka adalah dengan membelanjakan uang saku mereka secara tepat sesuai dengan keperluan yang mereka butuhkan.

Berdasarkan hasil pengamatan penulis terhadap teman satu kos menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa di Sakura kos lebih sering berbelanja online. Setengah dari jumlah mahasiswa yang tinggal di Sakura kos dalam waktu satu bulan melakukan pembelian suatu barang lebih dari tiga kali dalam berbelanja online. Barang yang biasanya dibeli secara online tersebut seperti aneka perawatan wajah, aksesoris hijab, aksesoris hp, *make up*, baju ataupun barang-barang yang kurang terlalu dibutuhkan. Mereka melakukan perilaku konsumtif tersebut dikarenakan ada diskon dari barang yang ingin dibeli maupun ada gratis ongkir dari toko yang ingin dibeli. Mereka membeli barang-barang tersebut tanpa berpikir terlebih dahulu akan manfaat dari barang yang dibeli.

Kondisi tersebut tidak hanya terjadi di Universitas Negeri Semarang saja, namun terjadi juga di Universitas PGRI Semarang. Universitas PGRI Semarang yang berada di pusat kota Semarang merupakan kampus yang berdekatan dengan banyak tempat perbelanjaan seperti *Citra Land*, *Paragon Mall*, *DP Mall*, *Java Mall*, *Trans Mart*, Pasar Johar dan lain-lain. Letak kampus Universitas PGRI Semarang yang berada di pusat kota tidak menutup kemungkinan mahasiswa berperilaku konsumtif. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh Astiningrum (2018) kepada sepuluh mahasiswa menunjukkan bahwa mereka lebih senang menghabiskan waktu luang untuk pergi ke tempat-tempat perbelanjaan atau nongkrong di kafe-kafe yang ada di sekitar kota Semarang dari pada mengisi

waktu luang untuk belajar yang sudah menjadi kewajibannya sebagai seorang mahasiswa.

Hasil wawancara yang dilakukan oleh Drifanda (2018) sebagian mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang angkatan masuk tahun 2016-2017, penulis mendapatkan banyak informasi bahwa mahasiswa cenderung lebih konsumtif. Mereka lebih konsumtif dalam membeli atau mengonsumsi barang akibat dipengaruhi oleh teman sebayanya. Seorang mahasiswa diharapkan dapat menerapkan prinsip-prinsip ekonomi karena telah mendapatkan pengetahuan tentang ilmu ekonomi dimanapun tempatnya dan dalam kondisi apapun.

Hasil wawancara peneliti dengan salah satu mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang, Firman angkatan 2016 mengatakan bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang cenderung berperilaku konsumtif. Mereka akan mengonsumsi barang berdasarkan keinginan saja bukan berdasarkan kebutuhannya, selain itu mereka juga merasa gengsi bila tidak sama dengan temannya yang lain. Firman juga mengatakan bahwa untuk biaya kuliah per minggu dia mengeluarkan uang Rp 150.000,00 sedangkan untuk kebutuhan selain kuliah sebesar Rp 350.000,00. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dan Drifanda dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif tidak hanya terjadi di Universitas Negeri Semarang saja, melainkan terjadi juga di Universitas PGRI Semarang.

Menurut Teori Perilaku Konsumen oleh William J. Stanton (1981:105) dalam Mangkunegara (2002) menyatakan bahwa ada dua kekuatan dari faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu kekuatan sosial budaya dan kekuatan

psikologis. Kekuatan sosial budaya terdiri dari faktor budaya, kelas sosial, kelompok anutan dan keluarga. Sedangkan kekuatan psikologis terdiri dari pengalaman belajar, kepribadian, sikap dan keyakinan, gambaran diri (*self concept*). Masih banyak pula hal-hal lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif, sehingga memberikan pandangan yang lebih bagi peneliti dalam mengkaji perilaku konsumtif mahasiswa.

Perilaku konsumtif memiliki dampak negatif bagi kehidupan mahasiswa. Perilaku konsumtif yang dibiarkan secara terus-menerus maka akan menjadi kebiasaan atau gaya hidup yang hedonis bagi mahasiswa. Perilaku konsumtif dapat menimbulkan inflasi. Apabila mahasiswa mempunyai perilaku konsumtif, permintaan barang atau jasa akan menyebabkan harga-harga secara umum juga mengalami kenaikan, dengan demikian perilaku konsumtif akan dapat menimbulkan inflasi. Perilaku konsumtif yang dilakukan seseorang akan menampakkan kesenjangan sosial yang makin nyata pada masyarakat. Keluarga yang berperilaku konsumtif akan cenderung berkehidupan mewah-mewahan sehingga akan sangat menonjol di antara keluarga lainnya, akibat dari keadaan ini maka terjadilah kesenjangan sosial (www.software toko.net).

Perilaku konsumtif mahasiswa sangat erat hubungannya dengan status sosial ekonomi orang tua. Menurut Suryani (2008) yang mengemukakan bahwa masyarakat yang berada dalam kelas sosial yang berbeda cenderung mempunyai sikap dan perilaku yang berbeda, sebaliknya mereka yang berada dalam kelas sosial yang sama cenderung mempunyai persamaan sikap dan perilaku. Semakin tinggi status sosial ekonomi seseorang membuat konsumsinya semakin tinggi,

dikarenakan memiliki pendapatan yang lebih tinggi sehingga mampu membeli apa yang diinginkan, maka perilaku konsumtifnya juga semakin meningkat. Perubahan kelas sosial ini akan diikuti dengan penyesuaian pola konsumsi dan gaya hidup (Suryani, 2008).

Penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni (2017) dengan hasil yang diperoleh adalah status sosial ekonomi orang tua berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 19,7%. Sejalan dengan penelitian tersebut, hasil penelitian yang dilakukan oleh Madjiid & Pramusinto (2017) menyatakan bahwa ada pengaruh antara status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif sebesar 3,68 %. Kedua penelitian tersebut tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Prakroso & Rusdarti (2017) yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara status sosial ekonomi orang tua dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Artinya seberapa besar pendapatan orang tua tidak akan mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa (anakny).

Faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa adalah *locus of control* internal. Menurut Robbins & Judge (2008) mendefinisikan *locus of control* sebagai tingkat dimana individu yakin bahwa mereka adalah penentu nasib mereka sendiri. Individu yang memiliki *locus of control* internal adalah individu yang yakin bahwa mereka merupakan pemegang kendali atas apapun yang terjadi pada diri mereka. *Locus of control* dibagi menjadi dua yaitu *locus of control* internal yang dominan beranggapan bahwa keberhasilan dan kegagalannya dalam bidang yang dihadapi adalah karena usahanya sendiri bukan pengaruh dari orang lain. *Locus of control* eksternal adalah seseorang yang

menempatkan kontrol terhadap perilaku diluar dirinya, sehingga dia tidak memiliki kontrol untuk mengendalikan peristiwa-peristiwa yang terjadi. Semakin tinggi *locus of control* internal yang dimiliki seseorang maka perilaku konsumtifnya semakin turun.

Penelitian terdahulu tentang *locus of control* yang dilakukan oleh Hidayah (2018) menyatakan bahwa *locus of control* berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 12,89 %. Artinya semakin tinggi *locus of control* maka semakin rendah juga perilaku konsumtif mahasiswa, secara tidak langsung *locus of control* internal juga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian tersebut bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusumastuti (2016) yang menyatakan bahwa *locus of control* internal tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada remaja putri tingkat akhir.

Faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah teman sebaya. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Santrock (2007), teman sebaya adalah anak-anak atau remaja yang memiliki usia atau tingkat kematangan yang kurang lebih sama. Teman sebaya dapat mempengaruhi sikap, pembicaraan, minat penampilan dan perilaku yang lebih besar daripada pengaruh keluarga. Semakin baik teman sebaya maka perilaku konsumtif mahasiswa juga semakin baik. Seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Rusdarti (2017) menyatakan bahwa teman sebaya berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 34,7%. Penelitian tersebut tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayah (2018) bahwa teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan

terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, namun relatif sedikit dibandingkan dengan variabel lain yang mempengaruhinya.

Penelitian ini mengkaji pada mahasiswa khususnya mahasiswa Pendidikan Ekonomi se-Kota Semarang angkatan 2016. Peneliti memilih mahasiswa Pendidikan Ekonomi sebagai responden dengan pertimbangan mereka mendapatkan ilmu ekonomi yang sudah mereka dapatkan di perkuliahan, mereka seharusnya dapat menerapkan hal tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Seharusnya mahasiswa menjadi manusia yang bijak dalam melakukan konsumsi dibandingkan dengan remaja yang lain yang tidak mendapatkan ilmu ekonomi lebih. Mahasiswa pendidikan kelak sebagian besar dari mereka akan menjadi calon pendidik. Mahasiswa sebagai calon pendidik harus bisa memberikan contoh perilaku yang bijak kepada anak didiknya, karena mereka adalah panutan bagi anak didiknya.

Berdasarkan penelitian terdahulu, terjadi *research gap* dalam hasil penelitian status sosial ekonomi orang tua, *locus of control* internal dan teman sebaya, oleh karena itu perlu adanya variabel intervening dalam penelitian ini. Variabel intervening sebagai variabel yang terletak diantara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen. Peneliti menggunakan literasi keuangan sebagai variabel intervening.

Literasi keuangan diduga dapat memediasi pengaruh status sosial ekonomi orang tua, *locus of control* internal dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Literasi keuangan diduga dapat memperlemah pengaruh status sosial

ekonomi orang tua dan teman sebaya (sisi negatif) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Artinya walaupun status sosial ekonomi orang tua dan pengaruh teman sebaya meningkat maka perilaku konsumtif mahasiswanya tidak ikut meningkat juga. Literasi keuangan diduga dapat memperkuat pengaruh *locus of control* internal terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, artinya dengan meningkatnya *locus of control* internal maka perilaku konsumtifnya akan menurun.

Kelompok sosial ekonomi memiliki intensitas pendidikan ekonomi dalam lingkungan keluarga yang berbeda. Artinya makin tinggi tingkat status sosial ekonomi, makin tinggi intensitas pendidikan ekonomi dalam lingkungan keluarga dan berpengaruh meningkatkan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi. Penelitian yang dilakukan oleh Romadhoni (2015) yang mengatakan bahwa siswa yang memiliki status sosial ekonomi orang tua yang tinggi cenderung siswa memiliki literasi yang tinggi. Siswa tersebut mampu mengelola keuangan pribadinya dikarenakan dikontrol oleh orang tua yang memiliki pendidikan, pekerjaan dan pendapatan yang tinggi.

Seseorang dengan *locus of control* internal percaya bahwa mereka sendiri yang menentukan nasibnya. Mereka juga percaya bahwa pengalaman mereka dikendalikan oleh keterampilan dan usaha mereka sendiri. *Locus of control* internal dalam literasi keuangan, juga berperan sangat penting untuk merencanakan sebaik mungkin penggunaan keuangan mereka. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Susanti (2016) menyatakan bahwa jika *locus of control* internal yang dimiliki mahasiswa baik maka literasi keuangan yang dimiliki juga

akan semakin baik. Hal ini dikarenakan *locus of control* internal mahasiswa dapat mempengaruhi perilaku keuangan dan membentuk literasi keuangan mahasiswa menjadi lebih baik dibandingkan dengan mahasiswa yang memiliki *locus of control* eksternal.

Remaja memiliki kecenderungan lebih dekat dengan teman sebaya dibandingkan dengan keluarga. Teman sebaya berfungsi sebagai salah satu sumber informasi tentang banyak hal yang diperoleh remaja di luar keluarganya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sukmawati (2016) menyatakan bahwa teman sebaya berpengaruh positif terhadap literasi keuangan siswa. Semakin baik dukungan sosial yang diperoleh siswa dari teman sebayanya maka semakin baik pula literasi keuangannya.

Berdasarkan latar belakang diatas dan dengan adanya *reseach gap*, maka peneliti tertarik untuk meneliti masalah yang terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Adapun judul penelitian yang akan peneliti angkat adalah “ **Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, *Locus of Control* Internal dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa melalui Literasi Keuangan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 se-Kota Semarang).**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan diatas beberapa masalah yang akan dijadikan bahan penelitian sebagai berikut:

- 1) Era globalisasi dan budaya konsumtif ini akan menjadi satu dalam membentuk sebuah gaya hidup termasuk dalam menentukan pilihan akan barang dan jasa yang akan menjadi konsumsinya.
- 2) Masyarakat Indonesia melakukan perilaku konsumsi bukan didasarkan atas kebutuhan melainkan didasarkan atas keinginan, trend semata serta ingin selalu *up to date*.
- 3) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang terindikasi berperilaku konsumtif karena mereka lebih banyak pengeluaran untuk berbelanja *fashion* yang mana termasuk kebutuhan sekunder dibandingkan kebutuhan primer yaitu kebutuhan akan perkuliahan.
- 4) Perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh lingkungan disekitarnya, baik lingkungan keluarga maupun lingkungan teman sebaya.
- 5) Adanya perilaku konsumtif mahasiswa dikarenakan kurangnya pemahaman akan pengetahuan tentang pengelolaan keuangan dengan baik.

1.3 Cakupan Masalah

Penelitian ini akan berfokus pada permasalahan yang mencakup perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang. Menurut Nitisusastro (2013) perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal seperti halnya persepsi, kepribadian, pembelajaran, motivasi dan sikap. Faktor eksternal seperti halnya budaya, demografi, status sosial, referensi kelompok serta keluarga. Penelitian ini hanya akan menggunakan tiga variabel independen yaitu status sosial ekonomi orang tua, *locus of control* internal dan teman sebaya. Literasi

keuangan sebagai variabel *intevening* yang diduga bisa memediasi pengaruh status sosial ekonomi orang tua, *locus of control* internal dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Apakah terdapat pengaruh positif status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang?
- 2) Apakah terdapat pengaruh negatif *locus of control* internal terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang?
- 3) Apakah terdapat pengaruh positif teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang?
- 4) Apakah terdapat pengaruh negatif literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang?
- 5) Apakah terdapat pengaruh positif status sosial ekonomi orang tua terhadap literasi keuangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang?
- 6) Apakah terdapat pengaruh positif *Locus of control* internal terhadap literasi keuangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang?

- 7) Apakah terdapat pengaruh positif teman sebaya terhadap literasi keuangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang?
- 8) Apakah literasi keuangan dapat memediasi pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang?
- 9) Apakah literasi keuangan dapat memediasi pengaruh *Locus of control* internal terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang?
- 10) Apakah literasi keuangan dapat memediasi pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk:

- 1) Menganalisis pengaruh positif status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang.
- 2) Menganalisis pengaruh negatif *Locus of control* internal terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang.
- 3) Menganalisis pengaruh positif teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang.
- 4) Menganalisis pengaruh negatif literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang.

- 5) Menganalisis pengaruh positif status sosial ekonomi orang tua terhadap literasi keuangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang.
- 6) Menganalisis pengaruh positif *Locus of control* internal terhadap literasi keuangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang.
- 7) Menganalisis pengaruh positif teman sebaya terhadap literasi keuangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang.
- 8) Menganalisis literasi keuangan dalam memediasi pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang.
- 9) Menganalisis literasi keuangan dalam memediasi pengaruh *Locus of control* internal terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang.
- 10) Menganalisis literasi keuangan dalam memediasi pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang.

1.6 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Kegunaan Teoritis

Penelitian ini secara teoritis dilakukan untuk memverifikasi (membuktikan) teori secara empiris di lapangan terkait perilaku konsumtif mahasiswa dan dapat digunakan sebagai bahan acuan di bidang penelitian yang sejenis.

2) Kegunaan Praktis

a) Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi wadah untuk melatih kemampuan analisis peneliti serta meningkatkan kemampuan berpikir dalam mengemukakan sesuatu dengan cara ilmiah.

b) Bagi Universitas se kota Semarang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi dan masukan bagi Universitas se kota Semarang khususnya mahasiswa Pendidikan Ekonomi dalam mengontrol pengeluaran uang sakunya.

1.7 Orisinalitas Penelitian

Penelitian ini mengacu pada penelitian Hidayah (2018) yaitu menjadikan variabel *locus of control* dan lingkungan teman sebaya sebagai variabel independen. Penelitian ini menambahkan satu variabel independen yaitu status sosial ekonomi orang tua yang dianggap dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh Wigiyanto & Wahyudin (2016) menjadikan variabel literasi keuangan sebagai variabel intervening, namun variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya satu. Perbedaan variabel ini dengan penelitian sebelumnya adalah menghadirkan variabel intervening literasi keuangan dalam memediasi pengaruh tiga variabel independen terhadap variabel dependen.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA dan HIPOTESIS PENELITIAN

2.1 Kajian Teori Utama (*Grand Theory*)

2.1.1 Teori Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior Theory*)

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Nitisusastro (2013) menyatakan istilah perilaku konsumen merupakan perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk barang dan produk jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Perilaku konsumen (*consumer behaviour*) menurut Mowen & Minor (2002) merupakan studi tentang unit pembelian (*buying unit*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide.

Menurut Mangkunegara (2002) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan. Menurut *The American Marketing Association* dalam Setiadi (2008) mengatakan bahwa perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara afeksi, kognisi, perilaku dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka. Definisi tersebut terdapat tiga ide penting, yaitu: (1) perilaku konsumen adalah dinamis, (2) hal tersebut melibatkan interaksi antara afeksi dan kognisi, perilaku dan kejadian di sekitar, serta (3) hal tersebut melibatkan pertukaran.

Menurut William J. Stanton (1981:105) dalam Mangkunegara (2002) menyatakan bahwa ada dua kekuatan dari faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu kekuatan sosial budaya dan kekuatan psikologis. Kekuatan sosial budaya terdiri dari faktor budaya, kelas sosial, kelompok anutan dan keluarga. Sedangkan kekuatan psikologis terdiri dari pengalaman belajar, kepribadian, sikap dan keyakinan, gambaran diri (*self concept*).

1) Kekuatan Sosial Budaya, terdiri dari:

a) Faktor Budaya

Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat.

b) Faktor Kelas Sosial

Kelas sosial didefinisikan sebagai suatu kelompok yang terdiri dari sejumlah orang yang mempunyai kedudukan yang seimbang dalam masyarakat.

c) Faktor Kelompok Anutan (*Small Reference Group*)

Kelompok anutan didefinisikan sebagai suatu kelompok orang yang mempengaruhi sikap, pendapat, norma, dan perilaku konsumen. Kelompok anutan ini merupakan kumpulan keluarga, kelompok atau organisasi tertentu. Misalnya artis, atlet, kelompok pemuda, kelompok masjid, dan organisasi lainnya. Kelompok anutan bagi seorang mahasiswa adalah teman sebaya mereka yang menjalani keseharian bersama, mereka hampir setiap hari bertemu di saat kuliah, di kos, maupun di kehidupan sehari-harinya yang

mempengaruhi konsumsi mereka antara lain dalam menentukan produk dan merek yang mereka gunakan yang sesuai dengan aspirasi kelompok.

d) Faktor Keluarga

Keluarga dapat didefinisikan sebagai suatu unit masyarakat yang terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan membeli.

2) Kekuatan Faktor Psikologis, terdiri dari:

a) Faktor Pengalaman Belajar

Belajar dapat didefinisikan sebagai suatu perubahan perilaku akibat pengalaman sebelumnya. Perilaku konsumen dapat dipelajari karena sangat dipengaruhi oleh pengalaman belajarnya. Pengalaman belajar konsumen akan menentukan tindakan dan pengambilan keputusan membeli.

b) Faktor Kepribadian

Kepribadian dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk dari sifat-sifat yang ada pada diri individu yang sangat menentukan perilakunya. Kepribadian konsumen sangat ditentukan oleh faktor internal dirinya (motif, IQ, emosi, cara berfikir, persepsi) dan faktor eksternal dirinya (lingkungan fisik, keluarga, masyarakat, sekolah, lingkungan alam). Kepribadian konsumen akan mempengaruhi persepsi dan pengambilan keputusan dalam membeli.

c) Faktor Sikap dan Keyakinan

Sikap dapat didefinisikan sebagai suatu penilaian kognitif seseorang terhadap suka atau tidak suka, perasaan emosional yang tindakannya

cenderung ke arah berbagai objek atau ide. Sikap dapat pula diartikan sebagai kesiapan seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau aktivitas. Sikap sangat mempengaruhi keyakinan, begitu pula sebaliknya, keyakinan menentukan sikap. Sikap dan keyakinan dalam hubungannya dengan perilaku konsumen, sangat berpengaruh dalam menentukan suatu produk, merek, dan pelayanan.

d) Konsep Diri atau *Self Concept*

Konsep diri dapat didefinisikan sebagai cara kita melihat diri sendiri dan dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang apa yang kita pikirkan. Konsep diri yang nyata ialah bagaimana kita melihat diri dengan sebenarnya. Sedangkan konsep diri ideal adalah bagaimana diri kita yang kita inginkan.

Teori perilaku konsumen relevan untuk dijadikan *grand theory* pada penelitian ini untuk menjelaskan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Kekuatan sosial budaya khususnya faktor kelas sosial dan faktor kelompok acuan serta kekuatan psikologis khususnya faktor sikap dan keyakinan dapat membantu mahasiswa dalam mengenali status sosial ekonomi orang tua, *locus of control* yang dimiliki serta berinteraksi dengan baik di lingkungan teman sebayanya.

2.2 Kajian Variabel Penelitian

2.2.1 Perilaku Konsumtif

2.2.1.1 Definisi Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (2002) menyatakan perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pertimbangan yang rasional, melainkan karena

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

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

2.1.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Pada setiap individu konsumen terdapat dua faktor determinan yang sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Kedua faktor determinan dimaksud ialah faktor internal dan faktor eksternal. Menurut Nitisusastro (2013) menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang konsumtif adalah:

1) Faktor Internal

- a) Persepsi, yaitu proses dimana individu seseorang menyeleksi, mengorganisasi dan menerjemahkan stimulasi menjadi sebuah arti yang koheren dengan semua kejadian dunia (Schiffman & Kanuk, 2002).
- b) Kepribadian, yaitu sikap seseorang konsisten yang berkelanjutan dan mencerminkan perbedaan seseorang dari orang lain (Schiffman & Kanuk, 2002).
- c) Pembelajaran, yaitu proses untuk mendapatkan pengetahuan dan pengalaman. Dengan hasil pengetahuan dan pengalaman ini akan memberikan bekal untuk bertindak dimasa datang jika menghadapi situasi yang sama (Schiffman & Kanuk, 2002).
- d) Motivasi, yaitu dorongan dalam diri individu seseorang dan memaksa dia untuk berbuat. Dorongan ini dihasilkan oleh tekanan yang timbul akibat dari suatu kebutuhan yang tidak terpenuhi (Schiffman & Kanuk, 2002).
- e) Sikap, yaitu suatu keadaan pada diri seseorang untuk berperilaku suka atau tidak suka ketika diharapkan kepada satu situasi (Schiffman & Kanuk, 2002).

2) Faktor eksternal

- a) Budaya, yaitu karakter masyarakat secara keseluruhan. Unsur-unsur budaya meliputi bahasa, pengetahuan, hukum, agama, kebiasaan makan, seni, teknologi, pola kerja, produktivitas dan ciri-ciri lainnya. Di dalam budaya terdapat sejumlah sub-budaya, sebagai ilustrasi dalam bidang

pendidikan, terdapat pendidikan formal, pendidikan informal dan pendidikan non-formal.

- b) Demografi, yaitu ilmu pengetahuan yang mempelajari masalah kependudukan, dengan spektrum dan dimensi yang sangat luas. Spektrum tersebut meliputi *gender*, tingkat usia, latar belakang pendidikan, jenis pekerjaan, tingkat penghasilan, sebaran penduduk, gaya dan sub-sub spektrum yang merupakan derivasinya.
- c) Status sosial, yaitu satu rangkaian tingkatan posisi sosial, dimana tiap anggota dari tingkatan menempati posisinya, atau sejumlah kelompok yang membagi-bagi kelompoknya dalam beberapa strata tingkatan.
- d) Referensi kelompok, yaitu sumber acuan, atau rujukan, atau petunjuk. Referensi kelompok adalah seorang figur atau satu kelompok orang tertentu dalam masyarakat yang dijadikan acuan atau rujukan oleh seorang atau lebih anggota masyarakat dalam membentuk pandangan tentang nilai sikap atau sebagai pedoman dalam berperilaku yang memiliki ciri-ciri khusus (Schiffman & Kanuk, 2002).
- e) Keluarga, yaitu terdiri dari seorang suami, seorang istri dan satu atau dua orang anak. Dalam keluarga dengan komposisi yang demikian, maka perilaku anggota keluarga sangat dipengaruhi oleh pimpinan keluarga atau suami atau ayah. Keputusan untuk membeli atau tidak membeli atau keputusan membeli pilihan merek A atau merek B ditentukan oleh persepsi dan motivasi kepala keluarga.

2.1.1.3 Ciri-ciri Perilaku Konsumtif

Konsumtif merupakan perilaku dimana timbulnya keinginan untuk membeli barang yang tidak begitu diperlukan untuk memenuhi kepuasan. Keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya tidak begitu diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Perilaku konsumtif tidak lepas dari masalah proses keputusan pembelian dalam kehidupan sehari-hari.

Ciri-ciri perilaku konsumtif menurut Khan (2006) diantaranya:

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

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

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

2.2.1.4 Indikator Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif dapat diukur menggunakan indikator yang dikemukakan oleh para ahli. Menurut Lina & Rasyid (1997) menyatakan tentang aspek-aspek yang digunakan menjadi indikator perilaku konsumtif antara lain: 1) pembelian

yang impulsif; 2) pembelian yang rasional; dan 3) pembelian yang bersifat pemborosan.

Menurut Solomon (2004) menyatakan ciri-ciri perilaku negatif atau boros dari konsumen adalah sebagai berikut:

a) Perilaku pembelian tidak dilandasi pertimbangan yang matang

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

b) Kepuasan yang diperoleh dari pembelian tersebut bersifat sementara

Pembelian dilakukan karena untuk memenuhi kebutuhan namun untuk memenuhi keinginan. Misalnya karena gengsi atau status sosial, tren, harga yang mahal (mewah), dan rasa percaya diri.

c) Konsumen mengalami penyesalan atau merasa bersalah setelah pembelian

Konsumen yang sudah terlanjur membelanjakan uangnya dan baru menyadari bahwa barang yang dibelinya tidak sesuai dengan apa yang dibutuhkan.

Menurut Sumartono (2002) indikator perilaku konsumtif yaitu: 1) membeli produk karena iming-iming hadiah; 2) membeli produk karena kemasannya menarik; 3) membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi; 4) membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaanya); 5) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status; 6) memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan; 7) munculnya penilaian

bahwa membeli produk dengan harga mahal menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi; dan 8) mencoba lebih dari dua produk sejenis (merk berbeda).

Berdasarkan uraian tentang indikator perilaku konsumtif di atas, maka indikator yang digunakan sebagai pengukuran skala perilaku konsumtif adalah pendapat dari Sumartono (2002). Indikator tersebut digunakan sebagai indikator pengukuran skala perilaku konsumtif dengan pertimbangan: 1) pernah digunakan oleh peneliti sebelumnya terbukti valid dan reliabel, 2) dapat mewakili aspek-aspek yang lain dan dapat menjadi indikator yang relevan untuk mengungkap perilaku konsumtif. Berikut penjelasan ke delapan indikator dari Sumartono (2002):

- 1) Membeli produk karena iming-iming hadiah. Individu membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.
- 2) Membeli produk karena kemasannya menarik. Konsumen mahasiswa sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna yang menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus dengan rapi dan menarik.
- 3) Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi. Konsumen mahasiswa mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya mahasiswa mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya dengan tujuan agar mahasiswa selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain. Mahasiswa membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.

- 4) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaanya). Konsumen mahasiswa cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.
- 5) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. Mahasiswa mempunyai kemampuan membeli yang tinggi, baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status kelihatan lebih keren dimata orang lain.
- 6) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. Mahasiswa cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolaknya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya. Mahasiswa juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan *public figure* produk tersebut.
- 7) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Mahasiswa sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri. Membeli produk yang kita anggap dapat mempercantik penampilan fisik, maka akan membuat kita menjadi lebih percaya diri.
- 8) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda). Mahasiswa akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari

produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

Indikator yang digunakan untuk menjelaskan variabel perilaku konsumtif dalam penelitian ini menggunakan indikator yang dijelaskan oleh Sumartono (2002) karena indikator ini lebih rinci dan cakupannya lebih luas.

2.2.2 Status Sosial Ekonomi Orang Tua

2.2.2.1 Definisi Status Sosial Ekonomi

Menurut Suryani (2008) menyatakan bahwa status adalah posisi individu dalam masyarakat, kedudukan individu dari aspek legal dan profesi seseorang. Menurut Nitisusastro (2013) menyatakan status sosial didefinisikan sebagai satu rangkaian tingkat posisi sosial, dimana tiap anggota dari tingkatan menempati posisinya, atau sejumlah kelompok yang membagi-bagi kelompoknya dalam beberapa strata tingkatan. Pembagian status sosial ke dalam kelas-kelas tersebut hanyalah sebuah imajinasi para pelaku pasar dalam memposisikan segmen-segmen pasar berdasarkan kemampuan atau tingkat daya belinya.

Status sosial menurut Sumarwan (2011) disamakan dengan kelas sosial, yaitu pembagian masyarakat kedalam kelas-kelas yang berbeda atau strata yang berbeda. 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 (Suryani, 2008). Menurut pendapat Santrock (2007) bahwa status sosial ekonomi adalah pengelompokan orang-orang berdasarkan kesamaan karakteristik pekerjaan, pendidikan dan ekonomi. Status

sosial ekonomi orang tua sdapat disimpulkan bahwa posisi individu dalam masyarakat yang dikelompokkan berdasarkan status sosial dan ekonominya.

2.2.2.2 Indikator Status Sosial Ekonomi Orang Tua

Menurut Suryani (2008) berikut beberapa indikator yang sering digunakan untuk mengukur kelas sosial, yaitu:

1) Pekerjaan

Jenis pekerjaan sering dianggap sebagai indikator kelas sosial. Hal ini dapat dipahami karena pekerja terkait langsung dengan kedudukan seseorang di masyarakat. Masyarakat menilai ada pekerjaan-pekerjaan tertentu yang prestisius yang menunjukkan kelas sosial atas dan sebaliknya.

Menurut Lilik (2007) mengatakan bahwa tingkat pekerjaan orang tua yang memiliki status tinggi sampai rendah terlihat pada jenis pekerjaan orang tua sebagai berikut:

- a) Pekerjaan yang menunjukkan status sosial ekonomi tinggi meliputi PNS golongan IV ke atas, pedagang besar, pengusaha besar, dan dokter.
- b) Pekerjaan yang menunjukkan status sosial ekonomi sedang meliputi pensiunan PNS golongan IV A ke atas, pedagang menengah, PNS golongan IIIb-IIIId, guru SMP/SMA, TNI, kepala sekolah, pensiunan PNS golongan IId-IIIb, PNS golongan IId-IIIb, guru SD, pengusaha toko.
- c) Pekerjaan yang menunjukkan status sosial ekonomi rendah meliputi tukang bangunan, tani kecil, buruh tani, sopir angkutan, dan pekerjaan lain yang tidak tentu dalam mendapatkan penghasilan tiap bulannya.

2) Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu variabel yang sering dijadikan indikator dalam mengukur kelas sosial. Masyarakat menganggap bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang, semakin tinggi gaji yang diterima, selain itu dalam hal mendapatkan kesempatan kerja akan lebih baik. Oleh karena itu secara umum masyarakat mengkategorikan semakin tinggi tingkat pendidikan konsumen maka semakin tinggi pula kelas sosialnya.

Menurut Suryani (2008) semakin banyak orang berpendidikan tinggi biasanya memperoleh pendapatan yang tinggi dari pekerjaan yang baik pula. Jenjang pendidikan formal menurut Badan Pusat Statistik (BPS) sebagai berikut:

- a) Tingkat pendidikan rendah yaitu SD meliputi Sekolah Dasar, Madrasah Ibtidiyah dan sederajat, SMP meliputi jenjang pendidikan SMP Umum, Madrasah Tsanawiyah, SMP kejuruan dan sederajat.
- b) Tingkat pendidikan menengah yaitu SMA (Sekolah Menengah Atas), SMK (Sekolah Menengah Kejuruan), Madrasah Aliyah dan sederajat.
- c) Tingkat pendidikan tinggi yaitu PT jenjang pendidikan Diploma I, II, III, dan IV dan sederajat.

3) Pendapatan

Pendapatan termasuk variabel yang digunakan sebagai indikator dalam mengukur kelas sosial. Biasanya dalam praktek agak sulit menanyakan pendapatan seseorang karena termasuk rahasia pribadi. Konsumen seringkali juga tidak berterus terang jika ditanya pendapatannya. Semakin tinggi

pendapatan maka akan semakin makmur, sejahtera dan dihargai di dalam bermasyarakat.

Badan Pusat Statistik (BPS) merinci pendapatan dalam kategori sebagai berikut:

- a) Pendapatan berupa uang adalah segala penghasilan berupa uang yang sifatnya umum dan diterima sebagai balasan atau prestasi, bersumber dari:
 - 1) Gaji dan upah yang diterima seperti gaji pokok, kerja sampingan, kerja lembur dan kerja tidak tentu.
 - 2) Usaha sendiri seperti netto dari usaha sendiri, komisi, penjualan dari kerajinan rumah
 - 3) Hasil investasi yakni pendapatan yang diperoleh dari kepemilikan tanah.
- b) Pendapatan yang berupa barang, seperti pembayaran upah dan gaji yang ditentukan dalam beras, pengobatan, transportasi, perumahan dan lain-lain.

Berdasarkan penggolongannya, BPS (2008) membedakan pendapatan penduduk menjadi 4 golongan yaitu:

- 1) Golongan pendapatan sangat tinggi adalah jika pendapatan rata-rata lebih dari 3,5 juta rupiah per bulan.
- 2) Golongan pendapatan tinggi adalah jika pendapatan rata-rata antara 2,5 juta-3,5 juta rupiah per bulan.
- 3) Golongan pendapatan sedang adalah jika pendapatan rata-rata dibawah antara 1,5 juta-2,5 juta rupiah per bulan.
- 4) Golongan pendapatan rendah adalah jika pendapatan rata-rata 1,5 juta rupiah per bulan.

Menurut Soekanto (2012) hal-hal yang mempengaruhi status sosial ekonomi yakni:

1) Ukuran kekayaan

Semakin kaya seseorang, maka akan tinggi tingkat status seseorang di dalam masyarakat. Barang siapa yang memiliki kekayaan paling banyak, termasuk dalam lapisan teratas. Kekayaan tersebut, misalnya dapat dilihat pada bentuk rumah yang bersangkutan, mobil pribadinya, cara-caranya menggunakan pakaian serta bahan pakaiannya, kebiasaan berbelanja barang-barang mahal dan seterusnya.

2) Ukuran kekuasaan

Semakin tinggi dan banyak wewenang seseorang dalam masyarakat, maka semakin tinggi status ekonomi seseorang tersebut.

3) Ukuran kehormatan

Ukuran kehormatan tersebut mungkin terlepas dari ukuran-ukuran kekayaan dan kekuasaan, orang yang disegani di masyarakat akan ditempatkan lebih tinggi dari orang lain dalam masyarakat.

4) Ukuran ilmu pengetahuan

Ilmu pengetahuan sebagai ukuran dipakai oleh masyarakat yang menghargai ilmu pengetahuan.

Berdasarkan penjelasan di atas, indikator status sosial ekonomi orang tua yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan indikator menurut Suryani (2008) karena indikator tersebut sesuai dengan variabel dengan penelitian ini serta indikator tersebut lebih rinci.

2.2.3 Locus of Control Internal

2.2.3.1 Definisi Locus of Control

Menurut Ghufrun & Risnawati (2012) menyatakan bahwa *locus of control* adalah gambaran pada keyakinan seseorang mengenai sumber penentu perilakunya. *Locus of control* merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan perilaku individu. *Locus of control* menunjukkan tingkat kepercayaan seseorang bahwa seseorang dapat mengendalikan peristiwa-peristiwa yang mempengaruhi kehidupan seseorang. Menurut Robbins & Judge (2008) mendefinisikan *locus of control* sebagai tingkat dimana individu yakin bahwa mereka adalah penentu nasib mereka sendiri.

Individu yang memiliki *locus of control* internal adalah individu yang yakin bahwa mereka merupakan pemegang kendali atas apapun yang terjadi pada diri mereka. Menurut Pratama & Suharman (2014) *locus of control* internal menunjukkan tempat kendali atas kejadian-kejadian dan tingkah laku di dalam diri orang tersebut, yakni kemampuan dan usaha. Antara individu satu dengan yang lainnya memiliki *locus of control* yang berbeda-beda. *Locus of control* berdasarkan pendapat yang telah dikemukakan dapat disimpulkan bahwa *locus of control* suatu keyakinan pada individu bahwa penentu keberhasilan mereka bergantung dari diri mereka sendiri.

2.2.3.2 Jenis Locus of Control

Menurut Robbins & Judge (2008) *locus of control* dibagi menjadi dua sumber pengendalian, yaitu:

1) *Locus of Control* internal

Locus of control internal yaitu tingkat kepercayaan yang ada dalam diri seseorang bahwa mereka memegang kendali atas segala sesuatu yang ada dalam diri mereka. *Locus of control* dalam penelitian ini berhubungan dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa dengan *locus of control* internal yang tinggi akan berfikir untuk menabung uang yang dimilikinya untuk berjaga-jaga apabila ada kebutuhan mendesak di masa depan, serta akan berusaha mengalokasikan uang yang dimilikinya dengan hati-hati agar tidak terjadi defisit pada anggarannya.

2) *Locus of control* eksternal

Locus of control eksternal yaitu tingkat kepercayaan yang ada dalam diri seseorang bahwa segala sesuatu yang terjadi pada diri mereka dikendalikan oleh kekuatan yang berada di luar diri mereka, misalnya faktor keberuntungan dan kesempatan. Mahasiswa dengan *locus of control* eksternal percaya bahwa nasib atau keberuntunganlah yang menentukan keberhasilan maupun kegagalannya di masa depannya. Mahasiswa dengan *locus of control* eksternal akan menghabiskan uangnya dengan sesuka hati, karena mereka berfikir bahwa meskipun hari ini uangnya habis kemungkinan di hari esok akan ada nasib yang baik baginya.

2.2.3.3 Indikator *Locus of Control* Internal

Pandangan individu terhadap kemampuan menentukan nasib sendiri (*internal locus of control*), dengan indikator sebagai berikut:

- 1) Segala yang dicapai individu hasil dari usaha sendiri.

- 2) Yakin kemampuan sendiri.
- 3) Keberhasilan individu karena kerja keras.
- 4) Segala yang diperoleh individu bukan karena keberuntungan.
- 5) Kemampuan individu dalam menentukan kejadian dalam hidup.
- 6) Kehidupan individu ditentukan oleh tindakannya.
- 7) Kegagalan yang dialami individu akibat perbuatan sendiri (Rotter, dalam (Pratama & Suharman, 2014).

Seseorang yang memiliki *locus of control* internal selalu menghubungkan peristiwa yang dialaminya dengan faktor dalam dirinya. Karena mereka percaya bahwa hasil dan perilakunya disebabkan faktor dari dalam dirinya. Indikator dalam *locus of control* internal adalah kemampuan, minat dan usaha.

- 1) Kemampuan

Seseorang yakin bahwa kesuksesan dan kegagalan yang telah terjadi sangat dipengaruhi oleh kemampuan yang dimiliki.

- 2) Minat

Seseorang memiliki minat yang lebih besar terhadap kontrol perilaku, peristiwa dan tindakannya.

- 3) Usaha

Seseorang yang memiliki *locus of control* internal bersifat optimis, pantang menyerah dan akan berusaha semaksimal mungkin untuk mengontrol perilakunya.

Berdasarkan penjelasan di atas, indikator *locus of control* internal yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan indikator menurut Robbins & Judge

(2008) karena indikator tersebut sesuai dengan variabel dengan penelitian ini serta indikator tersebut lebih rinci.

2.2.4 Teman Sebaya

2.2.4.1 Definisi Teman Sebaya

Kelompok teman sebaya banyak dikemukakan oleh banyak ahli psikologi kelompok (*group*) adalah sekumpulan individu-individu yang saling berinteraksi antara yang satu dengan yang lainnya selama periode waktu tertentu dan membagi kebutuhan atau tujuan bersama (Mowen & Minor, 2002). Kelompok teman sebaya menurut Suryani (2008) merupakan lingkungan sosial, tempat berinteraksi yang secara langsung atau tidak langsung akan mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Menurut Yusuf (2009) menyatakan bahwa kelompok teman sebaya sebagai lingkungan sosial remaja (mahasiswa) mempunyai peranan penting bagi perkembangan kepribadiannya.

Kawan-kawan sebaya adalah anak-anak atau remaja yang memiliki usia atau tingkat kematangan yang kurang lebih sama. Interaksi diantara kawan-kawan sebaya yang berusia sama memiliki peran yang unik dalam budaya. Salah satu fungsi terpenting dari kelompok kawan sebaya adalah sebagai sumber informasi mengenai dunia di luar keluarga. Kelompok teman sebaya merupakan kelompok remaja dimana untuk pertama kalinya remaja tersebut menerapkan prinsip-prinsip hidup bersama dan bekerja sama, dalam jalinan yang kuat tersebut terbentuk norma, nilai-nilai dan simbol (Mappiare, 2003). Anak muda yang sedang mengalami perkembangan fisik yang cepat akan merasa lebih nyaman dengan sebaya yang mengalami perubahan yang sama. Kelompok teman sebaya

merupakan sumber afeksi, simpati, pemahaman, dan panduan moral, tempat bereksperimen, setting untuk mendapatkan otonomi dan independensi dari orang tua.

Kelompok teman sebaya memiliki peranan yang sangat penting dalam penyesuaian diri seseorang dan sebagai persiapan bagi kehidupan di masa yang akan datang, serta berpengaruh pula pada pandangan dan perilaku. Hal ini disebabkan seseorang sedang berusaha untuk membebaskan diri dari keluarganya dan tidak tergantung kepada orangtuanya. Seseorang juga mempelajari secara aktif kepentingan-kepentingan dan perspektif teman sebaya dalam rangka memuluskan integrasi dirinya dalam aktivitas teman sebaya yang berkelanjutan.

Remaja memperoleh umpan balik mengenai kemampuannya dari kelompok kawan sebaya (Santrock, 2007). Pengertian teman sebaya dapat disimpulkan bahwa sekelompok individu yang saling berinteraksi dan saling mempengaruhi satu sama lain.

2.2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kelompok Teman Sebaya

Menurut Mappiare (2003), faktor-faktor yang mempengaruhi kelompok teman sebaya adalah:

- 1) Penampilan dan perbuatan, meliputi tampang yang baik, atau paling tidak rapi serta aktif dalam urusan kelompok.
- 2) Kemampuan pikir, meliputi kemampuan inisiatif, banyak memikirkan kepentingan kelompok dan mengemukakan pikiran.
- 3) Sikap, sifat dan perasaan, meliputi bersikap sopan, memperhatikan orang lain, penyabar atau dapat menahan jika berada dalam keadaan yang tidak

menyenangkan, suka menyumbangkan pengetahuan pada orang lain terutama anggota kelompok.

- 4) Pribadi, meliputi jujur dan dapat dipercaya, bertanggung jawab dan suka menjalankan pekerjaan, mentaati peraturan-peraturan kelompok, mampu menyesuaikan diri secara tepat dalam berbagai situasi dan pergaulan sosial.
- 5) Pemurah, meliputi suka bekerja sama dan membantu anggota kelompok.

2.2.4.3 Ciri-ciri Kelompok Teman Sebaya

Menurut Mappiare (2003), ciri-ciri kelompok teman sebaya adalah sebagai berikut:

- 1) Tidak mempunyai struktur organisasi yang jelas, karena kelompok teman sebaya terbentuk secara spontan. Diantara anggota kelompok mempunyai kedudukan yang sama, tetapi ada satu di antara anggota kelompok yang dianggap sebagai pemimpin. Dimana semua anggota beranggapan bahwa dia memang pantas dijadikan sebagai pemimpin, biasanya anak yang disegani dalam kelompok itu. Semua anggota merasa sama kedudukan dan fungsinya.
- 2) Bersifat sementara, karena tidak ada struktur organisasi yang jelas, maka kelompok ini kemungkinan tidak bisa bertahan lama, lebih-lebih jika yang menjadi keinginan masing-masing anggota kelompok tidak tercapai, atau karena keadaan yang memisahkan mereka seperti pada teman sebaya di sekolah. Dalam kelompok teman sebaya yang terpenting adalah mutu hubungan yang bersifat sementara.
- 3) Mengajarkan individu tentang kebudayaan yang luas, misalnya teman sebaya di sekolah, mereka pada umumnya terdiri dari individu yang berbeda-beda

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

2.2.4.4 Indikator Teman Sebaya

Menurut Santosa (2006) mengemukakan indikator kelompok teman sebaya antara lain:

1) Kerjasama

Kerjasama sangat diperlukan, karena dengan adanya gotong royong atau kerjasama siswa akan lebih mudah melaksanakan kegiatan yang sedang dilakukan, adanya tukar pikir antar individu yang akan memunculkan berbagai ide atau jalan keluar dalam pemecahan masalah serta menunjang kekompakan antar siswa.

2) Persaingan

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

3) Pertentangan

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

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.

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.

6) Perpaduan/Asimilasi

Asimilasi adalah pembaharuan dua kebudayaan yang disertai dengan hilangnya ciri khas kebudayaan asli sehingga membentuk kebudayaan baru.

Menurut Yusuf (2009) indikator kelompok teman sebaya adalah:

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

Berdasarkan kajian pustaka di atas maka kelompok teman sebaya dalam penelitian ini berkaitan dengan interaksi antara mahasiswa dengan mahasiswa lain. Pengukuran pengaruh kelompok teman sebaya dalam penelitian ini dilakukan menggunakan indikator Yusuf (2009) yaitu (1) *social cognition* (2) konformitas.

Pemilihan indikator tersebut karena indikator tersebut lebih sesuai dengan karakteristik mahasiswa.

2.2.5 Literasi Keuangan

2.2.5.1 Definisi Literasi Keuangan

Menurut *The Organization for Economic Co-operation and Development* OECD (2017) literasi keuangan adalah pengetahuan dan pemahaman akan konsep dan risiko keuangan, serta keterampilan, motivasi dan motivasi kepercayaan diri untuk menerapkan pengetahuan dan pemahaman semacam itu untuk membuat keputusan yang efektif di berbagai bidang keuangan konteks, untuk meningkatkan kesejahteraan finansial individu dan masyarakat, dan untuk memungkinkan partisipasi dalam kehidupan ekonomi.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2013) mendefinisikan literasi keuangan merupakan suatu rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), dan keyakinan (*confidence*) konsumen dan masyarakat luas sehingga mampu mengelola keuangan pribadinya dengan baik. Menurut PISA (2012) *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. Literasi keuangan dapat disimpulkan yaitu pengetahuan dan pemahaman tentang konsep keuangan dan pengelolaan keuangan secara pribadi.

2.2.5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan

Menurut Lusardi, Mitchell & Curto (2010) menyatakan bahwa ada tiga hal yang memberikan pengaruh terhadap kemampuan *financial literacy*, yaitu:

1) Sosiodemografi

Ada perbedaan keahaman antara laki-laki dan perempuan. Laki-laki dianggap memiliki kemampuan *financial literacy* lebih tinggi daripada perempuan, namun dalam keadaan tertentu laki-laki memiliki literasi keuangan yang lebih rendah dibandingkan dengan perempuan.

2) Latar belakang keluarga

Pendidikan seorang ibu dalam sebuah keluarga berpengaruh kuat pada *financial literacy*, khususnya ibu yang merupakan lulusan dari perguruan tinggi. Mereka unggul 19 persen lebih tinggi daripada lulusan sekolah menengah.

3) *Peer group* (kelompok pertemanan)

Kelompok atau komunitas seseorang akan mempengaruhi *financial literacy* seseorang, mempengaruhi pola konsumsi dan penggunaan uang yang ada.

2.2.5.3 Indikator Literasi Keuangan

Program International for Student Assesment PISA (2012) menyatakan *financial literacy* memiliki 4 aspek yang perlu diperhatikan, antara lain:

1) Uang dan transaksi

Aspek ini membahas mengenai keuangan pribadi berkaitan dengan transaksi pembayaran atau pengeluaran sehari-hari.

2) Perencanaan dan Pengelolaan Keuangan

Aspek ini membahas tentang perencanaan dan pengelolaan keuangan yang baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

3) *Financial Landscape*

Aspek ini membahas tentang wawasan keuangan, dalam penelitian ini berkaitan dengan hak dan kewajiban konsumen maupun penjual.

4) Risiko dan Keuntungan

Risiko dan keuntungan memiliki keterikatan yang tak terpisahkan dalam keputusan berinvestasi.

Pengukuran *financial literacy* dalam penelitian ini akan dilakukan melalui aspek-aspek *financial literacy* menurut PISA (2012) sebagai indikatornya. *Financial literacy* seseorang dapat dipengaruhi oleh latar belakang keluarga dan lingkungan pertemanan.

2.3 Kajian Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang telah dilakukan tentang perilaku konsumtif disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Anggraeni, E., & Setiaji, K. (2017) EEAJ Vol.3 No.1	Pengaruh Media Sosial dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Ada pengaruh dan signifikan antara media sosial terhadap perilaku konsumtif sebesar 31,3%, status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif sebesar 19,7%. Sedangkan media sosial dan

			status sosial ekonomi orang tua berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumtif sebesar 42,2%.
2.	Hidayah, N., & Wibowo, P. (2018) EEAJ Vol.3 No.1	Pengaruh Uang Saku, <i>Locus of Control</i> dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara uang saku terhadap perilaku konsumtif dan lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. Terdapat pengaruh negatif antara <i>locus of control</i> terhadap perilaku konsumtif.
3.	Dikria, O., & Mintari, S. (2016) JPE Vol.9 No.2	Pengaruh Literasi keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013	Literasi keuangan dan pengendalian diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
4.	Madjid, K., & Pramusinto, H. (2017) EEAJ Vol.3 No.1	Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Gaya Hidup dan kelompok Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa fakultas Ekonomi UNNES	Ada pengaruh dan signifikan antara status sosial ekonomi orang tua, gaya hidup dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif baik secara stimulan ataupun parsial.
5.	Enrico, A., dkk (2014) Jurnal Internasional Publikasi Ilmiah dan Penelitian, Vol.4 Edisi 1	<i>The Factors that Influenced Consumptive Behavior: A Survey of University Students in Jakarta</i>	Terdapat 5 faktor dominan yang memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif antara lain (1) penggunaan produk dan daya beli (2) status sosial (3) kepuasan (4) prestise (5) gaya hidup.
6.	Wijaya, F., & Khafid, M. (2018) EEAJ Vol.3 No.1	Pengaruh <i>Financial Literacy</i> , <i>Peer Group</i> dan konsep Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Terdapat pengaruh negatif antara <i>financial literacy</i> dan konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. <i>Peer group</i> berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
7.	Kanserina, Dias. (2015) Jurnal Undiksha Vol.5	Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif	Ada pengaruh dan signifikan antara literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku

	No. 1	Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA	konsumtif mahasiswa.
8.	Balabanis, Minas N. (2012)	<i>Between the Mass and the class: Antecedent of the "banwagon" luxury Consumption Behaviour</i>	Konsep diri internal memiliki hubungan positif terhadap perilaku pembelian mewah
9.	Indrayani, Kadek Yudiana Luh. (2016)	<i>The Effect Of Socio-Economy Status Of Family And Peer Group On The Consumptive Behaviour For Sixth Grade Student Of SD Lab Undiksha Singaraja</i>	Status ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa
10.	Mawo, T., & Thomas, P. (2017) <i>Journal of Economic Education</i> Vol.6 No. 1	Pengaruh Literasi Keuangan, Konsep Diri dan Budaya terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 1 Kota Bajawa	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara konsep diri dan budaya terhadap perilaku siswa. Literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa.
11.	Wigianto, A., & Wahyudin, A. (2016) <i>EEAJ</i> Vol.3 No. 1	Peran <i>Financial Literacy</i> dan <i>Self Control</i> dalam Memediasi pengaruh konsep diri terhadap Perilaku konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi)	Konsep diri berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumtif serta <i>financial literacy</i> dan <i>self control</i> memediasi pengaruh konsep diri terhadap Perilaku konsumtif mahasiswa.
12.	Romadoni (2015) <i>Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan</i> Vol. 3 No. 1	Pengaruh Status Sosial Ekonomi dan Pendidikan Pengelolaan Keuangan di Keluarga terhadap Literasi Keuangan Siswa SMK N 1 Surabaya	Status sosial ekonomi dan pendidikan pengelolaan keuangan di keluarga berpengaruh dan signifikan terhadap literasi keuangan siswa.
13.	Susanti (2016) <i>Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan</i> Vol. 4 No. 1	Pengaruh <i>Locus of Control</i> Internal dan Pendapatan terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa.	<i>Locus of control</i> internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap literasi keuangan mahasiswa sedangkan pendapatan berpengaruh negatif terhadap literasi keuangan mahasiswa.
14.	Sukmawati, Dian. (2016) <i>Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan</i> Vol. 4 No. 1	Pengaruh Prestasi Belajar, Dukungan Sosial Keluarga dan Teman Sebaya terhadap Literasi Keuangan Siswa.	Terdapat pengaruh positif antara prestasi belajar, dukungan sosial keluarga dan teman sebaya terhadap literasi keuangan siswa.

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

2.4 Kerangka Berfikir

2.4.1 Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Faktor pertama yang diduga mempengaruhi perilaku konsumtif adalah status sosial ekonomi orang tua. Teori Perilaku Konsumen menurut William J. Stanton (1981) dalam Mangkunegra (2002) menyatakan bahwa ada dua kekuatan dari faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu kekuatan sosial budaya dan kekuatan psikologis. Status sosial ekonomi orang tua termasuk ke dalam kekuatan sosial budaya, dimana masuk ke dalam faktor kelas sosial. Menurut Soetjningsih (2004) menyatakan bahwa status sosial ekonomi adalah gambaran tentang keadaan seseorang, keluarga, atau suatu masyarakat yang ditinjau dari segi sosial ekonomi. Status ekonomi kemungkinan besar merupakan pembentuk gaya hidup keluarga.

Penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni (2017) menunjukkan bahwa variabel status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Besarnya kontribusi variabel status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang adalah $(0,444)^2 \times$

100% = 19,7%. Penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel status sosial ekonomi orang tua memiliki pengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang sebesar 19,7%. Semakin tinggi pendidikan seseorang akan semakin tinggi gaji yang diterima, dan dengan semakin tinggi pendapatan mengakibatkan seseorang semakin sejahtera.

Mahasiswa belum memiliki penghasilan sendiri, masih bergantung dengan pendapatan orang tua, jadi perilaku konsumtif mahasiswa dapat diperoleh dari tingkat pendapatan atau status sosial ekonomi orang tua. Status sosial ekonomi orang tua berbeda-beda bergantung dengan kedudukan sosial di masyarakat dan keadaan ekonominya. Orang tua yang mempunyai status sosial ekonomi yang tinggi akan berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa (anaknya), karena anaknya mendapatkan uang saku yang lebih dari orang tuanya. Status sosial ekonomi orang tua yang tinggi akan menunjang anaknya untuk berperilaku konsumtif, berbeda dengan status sosial ekonomi orang tua yang rendah. Semakin tinggi status sosial ekonomi orang tua maka perilaku konsumsi mahasiswa (anaknya) juga meningkat atau semakin konsumtif.

2.4.2 Pengaruh *Locus of Control* Internal terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Locus of Control Internal merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif. *Locus of control* internal mahasiswa termasuk ke dalam kekuatan faktor psikologis, dimana termasuk ke dalam faktor sikap dan keyakinan. Teori Perilaku Konsumen menurut William J. Stanton (1981:105) dalam Mangkunegara (2002) menyatakan bahwa sikap diartikan sebagai kesiapan

seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau aktivitas. Sikap sangat mempengaruhi keyakinan, begitu pula sebaliknya, keyakinan menentukan sikap. Menurut Ghufrun & Risnawati (2012) menyatakan *locus of control* adalah gambaran pada keyakinan seseorang mengenai sumber penentu perilakunya.

Individu yang memiliki *locus of control* internal adalah individu yang yakin bahwa mereka merupakan pemegang kendali atas apapun yang terjadi pada diri mereka. Penelitian yang dilakukan oleh Hidayah (2018) menyatakan bahwa *locus of control* berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, artinya *locus of control* internal juga berkontribusi terhadap perilaku konsumtif. Penelitian tersebut juga didukung pada penelitian yang dilakukan oleh Lina & Rasyid (1997) dimana seseorang yang memiliki *locus of control* internal yang tinggi dapat lebih baik dalam mengontrol perilaku konsumsi mereka dibandingkan dengan orang dengan *locus of control* eksternal yang dimilikinya. Seseorang dengan *locus of control* eksternal cenderung lebih konsumtif dibandingkan dengan orang dengan *locus of control* internal

Seorang mahasiswa yang memiliki *locus of control* internal yang tinggi akan lebih baik dalam membentuk perilakunya. Mereka percaya bahwa keberhasilan maupun kegagalan dalam hidupnya dipengaruhi oleh dirinya sendiri, sehingga orang dengan *locus of control* internal akan berusaha sebaik mungkin untuk berperilaku yang baik salah satunya tidak konsumtif. *Locus of control* internal lebih berorientasi banyak menimbulkan akibat-akibat positif, karena apabila mereka mengalami kegagalan maka mereka akan berusaha lebih keras lagi untuk mendapatkannya. Mahasiswa yang memiliki *locus of control* internal yang tinggi

maka perilaku konsumsinya cenderung turun, karena mereka bisa mengendalikan perilakunya dengan baik.

2.4.3 Pengaruh Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Kelompok teman sebaya merupakan lingkungan sosial, tempat berinteraksi yang secara langsung atau tidak langsung akan mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang (Suryani, 2008). Teori Perilaku Konsumen menyatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi sikap konsumen yaitu kelompok teman sebaya. Teman sebaya termasuk ke dalam kekuatan sosial budaya yang dikemukakan oleh William J. Stanton (1981:105) dalam Mangkunegara (2002) bahwa ada dua kekuatan dari faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Teman sebaya termasuk ke dalam faktor kelompok anutan, karena kelompok anutan didefinisikan sebagai suatu kelompok yang mempengaruhi sikap, pendapat, norma, dan perilaku konsumen. Pendapat Yusuf (2009) menyatakan bahwa kelompok teman sebaya sebagai lingkungan sosial remaja (mahasiswa) mempunyai peranan penting bagi perkembangan kepribadiannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Wijaya & Khafid (2018) menunjukkan bahwa kelompok teman sebaya secara parsial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 22,28%. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kelompok teman sebaya mempunyai kontribusi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t/parsial yang diperoleh dari tingkat probabilitas sebesar 0,000 jauh dibawah 0,05 yang berarti ada pengaruh kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang (Studi pada Produk *Fashion*).

Sebagian besar waktu mahasiswa setiap harinya dihabiskan bersama dengan lingkungan teman sebayanya. Mereka saling berinteraksi dan saling memberikan saran dalam berperilaku, berpenampilan, bahkan dalam hal keputusan pembelian. Mereka akan bertanya kepada teman sebayanya dalam mengambil keputusan dalam membeli suatu barang dan mereka akan cenderung meniru gaya hidup teman sebayanya. Teman sebaya yang suka berbelanja maka akan mempengaruhi temannya ke arah yang negatif seperti suka berbelanja. Teman sebaya yang tidak hedon maka akan mempengaruhi temannya untuk berperilaku lebih hemat.

2.4.4 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2013) mendefinisikan literasi keuangan adalah merupakan suatu rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), dan keyakinan (*confidence*) konsumen dan masyarakat luas sehingga mampu mengelola keuangan pribadinya dengan baik. Literasi keuangan merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif sesuai dengan Teori Perilaku Konsumen yang disampaikan oleh William J. Stanton (1981). Literasi keuangan mahasiswa termasuk ke dalam kekuatan faktor psikologis, dimana termasuk ke dalam faktor pengalaman belajar. Menurut William J. Stanton (1981:105) dalam Mangkunegara (2002) menyatakan bahwa pengalaman belajar konsumen akan menentukan tindakan dan pengambilan keputusan sendiri.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rodyah & Margunani (2018) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku

konsumtif mahasiswa. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa ketika literasi keuangan meningkat maka perilaku konsumsi akan turun atau tidak konsumtif. Senada dengan penelitian ini, Dikria & Mintarti (2016) juga mengatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Malang angkatan 2013 sebesar 19,2%.

Mahasiswa sudah mendapatkan bekal pengetahuan tentang keuangan, maka seharusnya mahasiswa dapat mengolah keuangannya sendiri. Mahasiswa yang sudah bisa mengelola keuangannya dengan baik maka mereka tidak akan membeli barang yang tidak dibutuhkan, mereka akan membuat skala prioritas jika ingin membeli suatu barang. Mahasiswa yang memahami literasi keuangan dengan baik maka mereka akan membuat anggaran belanja dan akan mencatat semua pengeluarannya setiap waktu. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang tinggi maka perilaku konsumsinya akan turun karena mereka bisa mengelola keuangan dengan baik.

2.4.5 Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa

Status sosial ekonomi orang tua merupakan faktor penting yang diduga berpengaruh terhadap literasi keuangan. Menurut Lusardi, Mitchell & Curto (2010) menyatakan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan, antara lain latar belakang keluarga. Latar belakang keluarga sama artinya dengan dengan status sosial ekonomi orang tua. Status sosial menurut Sumarwan (2011) disamakan dengan kelas sosial, yaitu pembagian

masyarakat kedalam kelas-kelas yang berbeda atau strata yang berbeda. Siswa yang mempunyai status sosial ekonomi yang tinggi juga mempunyai tingkat pengetahuan, sikap dan perilaku keuangan yang tinggi.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Widiyati (2014) yang menyatakan bahwa status sosial ekonomi orang tua berpengaruh langsung dan tidak langsung terhadap literasi keuangan mahasiswa. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif terhadap literasi keuangan mahasiswa. Penelitian lain yang dilakukan oleh Wahyono (2001) menyatakan bahwa seseorang yang memiliki status sosial lebih tinggi cenderung memiliki wawasan yang lebih luas dibandingkan dengan seseorang yang berstatus sosial ekonomi rendah.

Keluarga merupakan tempat yang paling dominan dalam proses sosialisasi anak tentang masalah keuangan. Seorang anak akan cenderung meniru atau bisa dijadikan pengalaman tentang cara orang tua mengelola keuangan dengan baik. Mahasiswa yang berasal dari orang tua yang berstatus sosial tinggi maka pendidikan yang ditempuhnya juga tinggi. Pendidikan tinggi yang telah diperoleh mahasiswa memungkinkan mahasiswa tersebut memperoleh pengetahuan tentang literasi keuangan yang tinggi juga. Semakin tinggi status sosial ekonomi orang tua maka literasi keuangan mahasiswa juga tinggi.

2.4.6 Pengaruh *Locus of Control* Internal terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa

Penelitian ini menduga bahwa *locus of control* internal berpengaruh terhadap literasi keuangan. Menurut Robbins & Judge (2008) *locus of control* internal yaitu

tingkat kepercayaan yang ada dalam diri seseorang bahwa mereka memegang kendali atas segala sesuatu yang ada dalam diri mereka. Menurut Prtama & Suharman (2014) *internal locus of control* menunjukkan tempat kendali atas kejadian-kejadian dan tingkah laku di dalam diri orang tersebut, yakni kemampuan dan usaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Susanti (2016) menyatakan bahwa *locus of control* internal yang dimiliki mahasiswa baik maka literasi keuangan yang dimiliki juga akan semakin baik. Hasil analisis data menunjukkan secara parsial *locus of control* internal berpengaruh signifikan positif terhadap literasi keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Surabaya. *Locus of control* internal berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Mahasiswa yang memiliki *locus of control* internal yang tinggi maka literasi keuangannya juga tinggi. Mahasiswa dengan *locus of control* internal bisa mengontrol dirinya sendiri dan memotivasi dirinya dalam mengelola keuangan dengan baik. Mereka akan berusaha sebaik mungkin dalam mengendalikan perilakunya, karena mereka yakin bahwa mereka bisa berhasil karena dirinya sendiri bukan dari bantuan orang lain. Mahasiswa tersebut akan membuat skala prioritas dan rencana belanja terlebih dahulu agar bisa mengatur keuangannya dengan baik.

2.4.7 Pengaruh Teman Sebaya terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa

Menurut Lusardi, Mitchell & Curto (2010) menyatakan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan, antara lain *peer group* (kelompok pertemanan). Kelompok atau komunitas seseorang akan

mempengaruhi literasi keuangan seseorang, mempengaruhi pola konsumsi dan penggunaan dari uang yang ada. Kelompok teman sebaya menurut Suryani (2008) merupakan lingkungan sosial, tempat berinteraksi yang secara langsung atau tidak langsung akan mempengaruhi perilaku seseorang.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sukmawati (2016) menyatakan bahwa teman sebaya berpengaruh positif terhadap literasi keuangan siswa. Penelitian lain yang dilakukan oleh Susanti (2013) menemukan hasil bahwa selain pembelajaran keuangan di perguruan tinggi, pembelajaran keuangan di keluarga dan pengaruh interaksi teman sebaya merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa teman sebaya berpengaruh terhadap literasi keuangan mahasiswa.

Dukungan sosial yang baik yang diperoleh mahasiswa dari teman sebayanya maka semakin baik pula literasi keuangannya. Teman sebaya sangat berpengaruh terhadap perilaku mahasiswa karena mereka sering melakukan banyak interaksi daripada keluarganya. Mahasiswa lebih memilih berkonsultasi dengan teman sebayanya tentang hal-hal yang dialaminya, termasuk dengan mengelola keuangan. Dukungan teman sebaya yang baik maka akan berpengaruh terhadap literasi keuangan mahasiswa yang baik pula, mahasiswa jadi lebih tahu tentang mengelola keuangan dengan baik.

2.4.8 Literasi Keuangan dapat Memediasi Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Menurut Lusardi, Mitchell & Curto (2010) menyatakan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan, antara lain latar belakang keluarga. Latar belakang keluarga sama artinya dengan status sosial ekonomi orang tua. Siswa yang mempunyai status sosial ekonomi yang tinggi juga mempunyai tingkat pengetahuan, sikap dan perilaku keuangan yang tinggi. Menurut William J. Stanton (1981:105) dalam Mangkunegara (2002) menyatakan bahwa pengalaman belajar konsumen akan menentukan tindakan dan pengambilan keputusan sendiri.

Literasi keuangan diduga bisa memediasi pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Pemahaman akan literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa bisa mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Adanya pemahaman tentang keuangan, mahasiswa diharapkan tidak berperilaku konsumtif, mereka akan mengatur keuangan pribadi dengan baik supaya tidak boros dalam membeli suatu barang.

Literasi keuangan diduga dapat mempengaruhi pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa yang berasal dari status sosial ekonomi orang tua yang tinggi maka mereka akan mendapatkan uang saku yang lebih. Uang saku yang lebih tersebut akan digunakan sesuka mereka sendiri tanpa menerapkan literasi keuangan yang telah mereka pelajari.

Status sosial ekonomi orang tua naik maka perilaku konsumsi mahasiswa (anaknya) akan naik juga begitupun sebaliknya jika status sosial ekonomi orang tua rendah maka perilaku konsumsi anaknya akan turun. Literasi keuangan dihadirkan sebagai variabel intervening karena dirasa dapat menjadi solusi agar mahasiswa tidak berperilaku konsumtif karena status sosial ekonomi orang tuanya. Pengetahuan dasar tentang keuangan yang telah didapatkan saat kuliah bisa diterapkan pada kehidupan sehari-hari supaya bisa lebih bijak dalam mengonsumsi suatu barang.

2.4.9 Literasi Keuangan dapat Memediasi Pengaruh *Locus Of Control* Internal Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Menurut Pratama & Suharman (2014) *internal locus of control* menunjukkan tempat kendali atas kejadian-kejadian dan tingkah laku di dalam diri orang tersebut, yakni kemampuan dan usaha. Menurut Robbins (2008) *locus of control* internal yaitu tingkat kepercayaan yang ada dalam diri seseorang bahwa mereka memegang kendali atas segala sesuatu yang ada dalam diri mereka. Menurut William J. Stanton (1981:105) dalam Mangkunegara (2002) menyatakan bahwa pengalaman belajar konsumen akan menentukan tindakan dan pengambilan keputusan sendiri.

Literasi keuangan bisa menjadi solusi agar mahasiswa tidak berperilaku konsumtif karena pengendalian dirinya rendah. Literasi keuangan diduga bisa memediasi pengaruh *locus of control* internal terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki *locus of control* internal yang tinggi maka mereka tidak akan mudah untuk berperilaku konsumtif karena jika mereka ingin

berbelanja yang banyak maka mereka harus mencari uang dengan jumlah yang banyak juga.

Mahasiswa dengan *locus of control* internal percaya jika keberhasilan dirinya bergantung pada usaha dan kemampuan dirinya sendiri bukan dari orang lain. Seorang mahasiswa yang telah menanamkan prinsip hemat dalam hidupnya maka perilakunya tidak akan konsumtif apalagi ditambah dengan pemahaman tentang literasi keuangan. Seorang mahasiswa mendapatkan pengetahuan tentang konsep dasar keuangan pada saat kuliah, walaupun tidak dijelaskan secara rinci.

Literasi keuangan diduga dapat memperkuat pengaruh *locus of control* internal terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, artinya dengan meningkatnya *locus of control* internal maka perilaku konsumsinya akan menurun. Seorang mahasiswa yang memiliki *locus of control* internal yang tinggi maka perilaku konsumsinya rendah dan mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik maka perilaku konsumtifnya akan turun juga. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik dan *locus of control* internal yang baik juga maka perilaku konsumsinya akan semakin baik.

2.4.10 Literasi Keuangan dapat Memediasi Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Menurut Lusardi, Mitchell & Curto (2010) menyatakan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan, antara lain *peer group* (kelompok pertemanan). Kelompok atau komunitas seseorang akan mempengaruhi literasi keuangan seseorang, mempengaruhi pola konsumsi dan penggunaan dari uang yang ada. Menurut William J. Stanton (1981:105) dalam

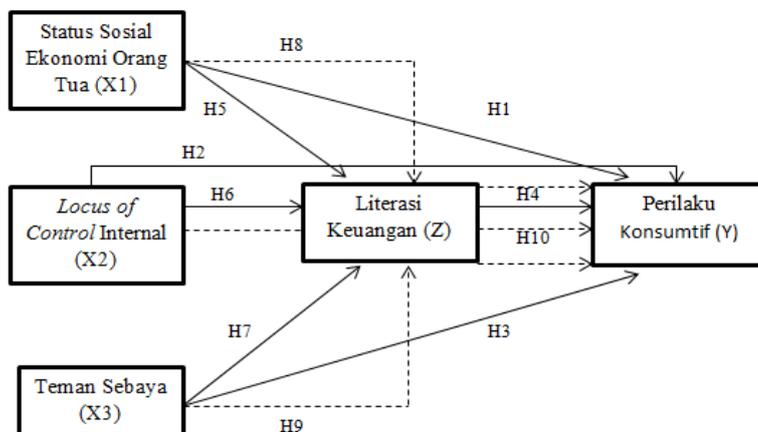
Mangkunegara (2002) menyatakan bahwa pengalaman belajar konsumen akan menentukan tindakan dan pengambilan keputusan sendiri.

Penelitian ini, menjadikan literasi keuangan sebagai variabel yang bisa mempengaruhi agar mahasiswa tidak berperilaku konsumtif. Literasi keuangan menjadi salah satu solusi agar mahasiswa tidak berperilaku konsumtif dengan adanya pengaruh dari teman sebaya yang mengajak mereka untuk boros. Teman sebaya memberikan pengaruh yang besar kepada mahasiswa karena kita lebih sering berinteraksi dengan teman sebaya baik meminta pendapat tentang suatu hal maupun dalam membuat keputusan.

Teman sebaya mengajak kita untuk berbelanja barang yang sedang diskon maka kita akan terpengaruh dan mengikutinya. Mahasiswa akan mengikuti gaya hidup temannya yang boros supaya mereka tidak dikucilkan oleh temannya. Seorang mahasiswa tidak akan terpengaruh boros jika mereka mempunyai literasi keuangan yang baik, mereka tidak akan terpengaruh oleh temannya yang boros. Mahasiswa dengan literasi keuangan yang baik telah paham akan literasi keuangan dan bijak dalam mengelola keuangannya.

Literasi keuangan diduga dapat memperlemah pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Jika teman sebaya baik maka perilaku konsumsi mahasiswa akan turun. Begitupun sebaliknya jika teman sebaya kita buruk maka perilaku konsumsi mahasiswa naik. Seorang mahasiswa yang memiliki teman sebaya yang buruk maka perilakunya akan turun jika dia mempunyai literasi keuangan yang baik.

Berikut ini merupakan bagan kerangka berpikir yang diilustrasikan sebagai berikut.



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

2.5 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H1: Terdapat pengaruh positif status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang.
- H2: Terdapat pengaruh negatif *locus of control* internal terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang.
- H3: Terdapat pengaruh positif teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang.
- H4: Terdapat pengaruh negatif literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang.

- H5: Terdapat pengaruh positif status sosial ekonomi orang tua terhadap literasi keuangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang.
- H6: Terdapat pengaruh positif *locus of control* internal terhadap literasi keuangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang.
- H7: Terdapat pengaruh positif teman sebaya terhadap literasi keuangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang.
- H8: Literasi keuangan dapat memediasi pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang.
- H9: Literasi keuangan dapat memediasi pengaruh *locus of control* internal terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang.
- H10: Literasi keuangan dapat memediasi pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian mengenai pengaruh status sosial ekonomi orang tua, *locus of control* internal dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif melalui literasi keuangan sebagai variabel intervening pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang.
- 2) *Locus of control* internal tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang.
- 3) Teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang.
- 4) Literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang.
- 5) Status sosial ekonomi orang tua tidak berpengaruh terhadap literasi keuangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang.
- 6) *Locus of control* internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap literasi keuangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang

- 7) Teman sebaya tidak berpengaruh terhadap literasi keuangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang.
- 8) Literasi keuangan tidak dapat memediasi pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang.
- 9) Literasi keuangan dapat memediasi pengaruh *locus of control* internal terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang.
- 10) Literasi keuangan tidak dapat memediasi pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 se-Kota Semarang.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

- 1) Mahasiswa jika hendak membeli suatu barang tidak boleh bergantung kepada orang tua, mahasiswa harus bisa menghasilkan uang sendiri dengan cara bekerja *part time*.
- 2) Mahasiswa yang memiliki uang yang cukup, bisa menyisihkan sebagian uangnya untuk di tabung atau menginvestasikan uangnya untuk kebutuhan di masa depan.

- 3) Mahasiswa harus bisa mengontrol dirinya dari pengaruh negatif teman sebaya dengan cara tidak meniru perilaku teman sebaya yang mengarah ke hal-hal yang negatif.
- 4) Hasil penelitian, indikator membeli produk karena iming-iming hadiah memiliki pengaruh yang tinggi terhadap perilaku konsumtif sehingga peneliti selanjutnya bisa menjadikan hadiah sebagai variabel independen.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, E. (2017). Pengaruh Media Sosial dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Economic Education Analysis Journal*, 1-19.
- Aprilia, D., & Hartoyo. (2013). Analisis Sosiologis Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa FISIP Universitas Lampung). *Journal Sosiologi*, 15(1), 72-86.
- Astiningrum, R. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup dan literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi PJKR UPGRIS*. Semarang: FPIPSKR UNiversitas PGRI Semarang.
- Badan Pusat Statistik (BPS). Tingkat Pendidikan. Diunduh pada 7 Februari 2019 dari www.bps.go.id
- Badan Pusat Statistik (BPS). Tingkat Pendapatan Penduduk. Diunduh pada 8 Februari 2019 dari www.bps.go.id
- Balabanis, M. (2012). Between the Mass and the Class: Antecedent of the "banwagon" luxury Consumption Behavior. tidak diterbitkan.
- Dewi, N., & Rusdarti. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman v\cbSebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 29-35.
- Dikria, O., & Mintarti, S. U. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *JPE*, 9(2), 143-155.
- Drifanda, V. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 3(1), 36-41.
- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Enrico, A. dkk. (2014). The Factors that Influeded Consumtive Behavior: A Survey of University Students in Jakarta. *Jurnal Internasional Publikasi Ilmiah dan Penelitian*, 4(1).
- Ghofrun, M. N., & Risnawati, R. (2012). *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan. (2018). *Konsumerisme dan Falsafah Hidup Masyarakat Indonesia*. Dipetik Januari 14, 2019, dari <http://geotimes.co.id/opini>.
- Hidayah, N. (2018). Pengaruh Uang Saku, Locus of Control dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi. *Economic Education Analysis Journal*, 3(1), 1-16.
- Indrayani, K. Y. L. (2012). The Effect of Socio-Economy Status of Family and Peer Group on the Consumptive Behavior for Sixth Grade Student of SD Lab Undiksha Singaraja. tidak diterbitkan.
- Kanserina, D. (2015). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA. *Jurnal Undiksha*, 5(1), 1-11.
- Khan, M. (2006). *Consumer Behavior and Advertising Management* New Delhi. *New Age International Publishers*.
- Kholillah, N. (2013). Studi Financial Management Behavior pada Masyarakat Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 69-80.
- Kusumastuti, D. M. (2016). *Hubungan antara Locus of Control Eksternal dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri Tingkat Akhir*. Skripsi tidak diterbitkan. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Lestari, P. P. (2010). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Rasionalitas Ekonomi Siswa SMA di Malang Raya*. Tesis Tidak diterbitkan. Malang: PPs UM.
- Lilik. (2007). *Human Capital Competencies (edisi 1)*. Jakarta: PT. Elex Meia Komputindo.
- Lina, & Rasyid. (1997). Perilaku konsumtif Berdasarkan Locus of Control pada Remaja Putra. *Jurnal Psikologika*(4), 24-28.
- Lusardi, A., Mitchell, O. S., & Curto, V. (2010). Financial Literacy among the Young. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 358-380.
- Madjiid, K., & Pramusinto, H. (2017). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Gaya Hidup dan Kelompok Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 3(1), 1-13.
- Mangkunegara, A. (2002). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika.
- Mappiare, A. (2003). *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional.

- Mawo, T. & Thomas, P. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan, Konsep Diri dan Budaya terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 1 Kota Bajawa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 60-65.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Nitisusastro, M. (2013). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Nurachma, Y. A., & Arief, S. (2017). Pengaruh Status sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya, dan Financial Literacy terhadap Perilaku Konsumtif pada Siswa Kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang. *Economic Education Analysis Journal*, 6(2), 489-500.
- OECD. 2017. Improving Financial Literacy, Analysis of Issues and Policies. Diunduh 7 Februari 2019 dari [http://dl.lux.bookfi.org/genesis/540000/8601cc0826c61ff15944c9ccd391d422/_as/\[OECD_Publishing\]_Improving_Financial_Literacy_An\(BookFi.org\).pdf](http://dl.lux.bookfi.org/genesis/540000/8601cc0826c61ff15944c9ccd391d422/_as/[OECD_Publishing]_Improving_Financial_Literacy_An(BookFi.org).pdf).
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2013). Perencanaan Keuangan. Diunduh tanggal 8 Februari 2019 dari <http://sikapiuangmu.ojk.go.id/Download>.
- PISA. (2012). Financial Literacy Assessment Framework. Diunduh 7 Februari 2019 dari <http://www.oecd.org/pisa/pisaproducts/46962580.pdf>.
- Prakroso, S. A., & Rusdarti. (2017). Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kelompok Teman Sebaya dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Economic Education Analysis Journal*, 3(1), 1-10.
- Pratama, B. D., & Suharman. (2014). Hubungan antara Konsep Diri dan Internal Locus of Control dengan Kematangan Karir Siswa SMA. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 3(3), 213-222.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2008). *Perilaku Organisasi (Edisi 12)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rodiyah, J. B., & Margunani. (2018). Pengaruh Teman Sebaya, Literasi Keuangan dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 1-14.
- Romadhoni. (2015). Pengaruh Status Sosial Ekonomi dan Pendidikan Pengelolaan Keuangan di Keluarga terhadap Literasi Keuangan Siswa SMK N 1 Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 3(1), 22-34.
- Santosa, S. (2006). *Dinamika Kelompok*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Santrock, J. W. (2007). *Remaja (Edisi 11 Jilid 1)*. Jakarta: Erlangga.
- Schiffman, I., & Kanuk, I. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sembiring, A. (2008). www.wattpad.com/3104044-buku-konsumer-karya-amstrong-semiring. Diunduh pada Januari 19, 2019
- Setiadi, N. (2008). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: PT Kencana.
- Soekanto, S. (2012). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Soetjiningsih. (2004). *Tumbuh Kembang Anak*. Jakarta: EGC.
- Solomon. (2004). *Consumer Behavior*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmawati, D. (2016). Pengaruh Prestasi Belajar, Dukungan Sosial Keluarga dan Teman Sebaya terhadap Literasi Keuangan Siswa. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 4(1), 30-41.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan (Meneropang Imbas Pesan Iklan Televisi)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia.
- Suryani, T. (2008). *Perilaku konsumen Implementasi pada Strategi Pemasaran (Pertama)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Susanti. (2013). Faktor-faktor yang Mempengaruhi literasi Kuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal dan Bisnis*, 18.
- Susanti. (2016). Pengaruh Locus of Control Internal dan Pendapatan terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 4(1), 5-17.
- Tambunan, R. (2001). www.E-Psikologi.com. Dipetik Januari 17, 2019
- Wahyono, H. (2001). *Pengaruh Perilaku Ekonomi Kepala Keluarga terhadap Intensitas Pendidikan Ekonomi di Lingkungan Keluarga*. Malang: PPs UM.
- Wahyudi. (2013). Tinjauan tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza. *Jurnal Psikologi*, 26-36.

- Watung, S. R. (2018). The Influence of Financial Literacy, Social Environment Factors to Consumption Behavior (Survey on Faculty of Economic students, Manado State University-Indonesia) *International Journal of Scientific Research and Management*, 6(4), 1-10.
- Widiyati, I. (2014). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Pendidikan Pengelolaan Keuangan Keluarga dan Pembelajaran di Perguruan Tinggi terhadap literasi Finansial Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Humaniora*, 2(2), 179-183.
- Wigiyanto, A., & Wahyudin, A. (2016). Peran Financial Literacy dan Self Control dalam Memediasi Pengaruh Konsep Diri terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa. *Economic Education Analysis Journal*, 3(1), 1-13.
- Wijaya, F., & Khafid, M. (2018). Pengaruh Financial Literacy, Peer Group dan Konsep Diri terhadap Perilaku Konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 3(1), 1-15.
- Yusuf, S. (2009). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.