PERAN LITERASI KEUANGAN DALAM MEMODERASI PENGARUH GAYA HIDUP, KONSEP DIRI, DAN KELOMPOK TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
(Studi Empiris pada Siswa Kelas XI IPS SMA N 1 Kendal)

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
pada Universitas Negeri Semarang

Oleh
Ana Nailu Himatia
NIM 7101415376

JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2019

PERSETUJUAN PEMBIMBING

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

Hari : Jum'at

Tanggal : 3 Mei 2019

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi	Dosen Pembimbing
Ahmad Nurkhin, S.Pd., M.Si.	Dr.Agus Wahyudin, M.Si
NIP.198201302009121005	NIP.196208121987021001

PENGESAHAN KELULUSAN

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

Hari : Senin

Tanggal : 15 Juli 2019

Penguji I

Drs.Kusmuriyanto, M.Si.
NIP.196005241984031001

Penguji II

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

Penguji III

Dr.Agus Wahyudin, M.Si
NIP.196208121987021001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Drs. Heri Yanto,MBA.,PhD.
NIP. 196307181987021001

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ana Nailu Himatia

NIM : 7101415376

Tempat Tangal Lahir : Kendal, 7 Juli 1997

Alamat : Desa Pandes RT 03/02 Kec.Cepiring Kab.Kendal

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 tulisan orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, Mei 2019

Ana Nailu Himatia

7101415376

iv

MOTTO DAN PEMBAHASAN

Motto

- Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan lain), dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap (Q.S Al-Insyirah: 6-8)
- Where there is a will there is a way. Di mana ada kemauan, di situlah ada jalan (Phil Ochs)

Persembahan

1. Ibu Mamiek Krissanti dan Bapak Abdul Kholiq Shibawaihi yang senantiasa memberikan doa, bimbingan dan curahan kasih sayang.
2. Adek Ahmad Silvanus dan Nina Asriyatiya yang sudah mendukung, menginspirasi, dan mengingatkan banyak hal.
3. Almamaterku UNNES.

PRAKATA

Puji syukur penyusun panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunianya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **"**Peran Literasi Keuangan dalam Memoderasi Pengaruh Gaya Hidup, Konsep Diri, dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Empiris pada Siswa Kelas XI IPS SMA N 1 Kendal)**"**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada program studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

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

1) Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum., Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah mengijinkan penyusun menyelesaikan pendidikan di Universitas Negeri Semarang.
2) Drs. Heri Yanto, M.B.A., PhD. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah mengesahkan skripsi ini.
3) Ahmad Nurkhin, S.Pd., M.Si. Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan ijin penelitian kepada penyusun.
4) Dr.Agus Wahyudin, M.Si. Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penyusunan skripsi ini.

5) Drs.Kusmuriyanto, Msi. Dosen penguji satu yang telah memberi saran yang membangun dalam penyelesaian skripsi.

6) Ratieh Widhiastuti, S.Pd., M.Pd. Dosen penguji dua yang telah memberi saran yang membangun dalam penyelesaian skripsi.

7) Sunarto, S.Pd, M.Pd. Kepala sekolah SMA Negeri 1 Kendal yang telah bersedia memberikan ijin kepada penyusun untuk melakukan penelitian.

8) Hartuti, S.Pd., M.Si. Guru mata pelajaran Ekonomi yang telah bersedia membantu dan memberikan informasi serta data yang dibutuhkan oleh penyusun.

9) Siswa kelas XI IPS SMA Negeri 1 Kendal atas kerjasama dan kesediaannya menjadi responden dalam penelitian ini.

10) Teman-teman seperjuangan Pendidikan Akuntansi 2015.

11) Teman-teman sebimbingan, teman-teman KKN dan teman-teman PPL.

12) Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Semoga skripsi yang telah tersusun ini dapat memberikan manfaat dan menambah ilmu serta wawasan bagi pembaca.

Semarang, Mei 2019

Penyusun

SARI

Himatia, Ana Nailu. 2019. *Pengaruh Literasi Keuangan dalam Memoderasi Pengaruh Gaya Hidup, Konsep Diri, dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif pada Siswa Kelas XI SMA N 1 Kendal*. Skripsi. Jurusan Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing: Dr. Agus Wahyudin, M,Si.

Kata Kunci: Teman Sebaya, Literasi Keuangan, Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif.

Perilaku konsumtif menjelaskan tentang perilaku yang cenderung ingin mengkonsumsi barang secara berlebihan dengan mendahulukan keinginan daripada kebutuhan. Perilaku konsumtif ini dipengaruhi oleh beberapa faktor baik faktor internal maupun faktor eksternal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan peran literasi keuangan dalam memoderasi pengaruh gaya hidup, konsep diri, dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah 144 siswa kelas XI IPS SMA N 1 Kendal. Pengambilan ukuran sampel berdasarkan rumus Slovin sebanyak 108 siswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *proportionate random sampling.* Metode pengumpulan data dengan menggunakan metode kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis uji nilai selisih mutlak.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Konsep diri tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Kelompok teman sebaya berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil analisis uji selisih mutlak menampilkan bahwa literasi keuangan mampu memperkuat pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. Namun, tidak mampu memperkuat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

Simpulan dari penelitian adalah gaya hidup dan kelompok teman sebaya terbukti mempengaruhi perilaku konsumtif. Literasi keuangan mampu memoderasi pengaruh konsep diri dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. Saran yang diberikan berdasarkan hasil penelitian yaitu diharapkan siswa dapat mengontrol pengeluarannya dan diharapkan siswa dapat membatasi keterikatan dengan kelompok teman sebayanya sehingga terhindar dari perilaku konsumtif. Selain itu siswa dapat diberikan edukasi keuangan sehingga siswa dapat mengatur pengeluaran kepentingan pribadi secara efektif.

ABSTRACT

Himatia, Ana Nailu. 2019. The Role of Financial Literacy in Moderating the Influence of Lifestyle, Self-Concept, and Peer Group on Consumptive Behavior in Class XI Students of SMA N 1 Kendal. Final Project. Department of Economic Education. Faculty of Economics. Semarang State University. Supervisor Dr. Agus Wahyudin, M.Si.

Keywords: Financial Literacy, Lifestyle, Self-Concept, and Peer Group Consumptive Behavior.

Consumptive behavior describes behavior that tends to over-consume goods by giving priority to wants rather than needs. This consumptive behavior is influenced by several factors both internal and external factors. The purpose of this study was to analyze and describe the role of financial literacy in moderating the influence of lifestyle, self-concept, and peer groups on consumptive behavior.

This type of research is quantitative research. The population of this study was 144 students of class XI IPS SMA N 1 Kendal. Sampling based on the Slovin formula as many as 108 students. The sampling technique using proportionate random sampling. Data collection method using the questionnaire method. The data analysis technique used is descriptive statistical analysis and absolute difference test value analysis.

The results showed that lifestyle has a significant positive effect on consumer behavior. Self-concept does not affect consumptive behavior. Peer groups have a significant positive effect on consumer behavior. The results of absoluct different value show that financial literacy is able to strengthen the influence of self- concept and peer groups on consumptive behavior. However, it is not able to strengthen the influence of lifestyle towards consumptive behavior.

Conclusions from the research are lifestyle and peer groups proven to influence consumptive behavior. Financial literacy can strengthen the influence of self-concept and peer groups on consumptive behavior. Suggestions are given based on the results of research that is expected that students can control their expenses and it is expected that students can limit their attachment to their peers so that they avoid consumptive behavior. In addition, students can be given financial education in order to manage their expenditure of personal interests effectively.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....**Error! Bookmark not defined.**
PENGESAHAN KELULUSAN .....**Error! Bookmark not defined.**
PERNYATAAN.....**Error! Bookmark not defined.**
MOTTO DAN PEMBAHASAN v
PRAKATA..... vi
SARI viii
ABSTRACT..... ix
BAB I PENDAHULUAN..... 1
1.1. Latar Belakang Masalah..... 1
1.2. Identifikasi Masalah Penelitian 14
1.3. Batasan Masalah Penelitian 15
1.4. Rumusan Masalah Penelitian 15
1.5. Tujuan Penelitian 16
1.6. Manfaat Penelitian 17
1.6.1. Manfaat Teoritis..... 17
1.6.2. Manfaat Praktis 18
1.7. Orisinalitas Penelitian..... 18
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN..... 20
2.1 Kajian Teori Dasar (*Grand Theory)* 20
2.1.1 *Theory of Planned Behavior*..... 20
2.2. Kajian Variabel Penelitian 26
2.2.1. Pengertian Perilaku Konsumtif 26
2.2.1.1. Ciri-Ciri Perilaku Konsumtif 28
2.2.1.2. Indikator Perilaku Konsumtif 29
2.2.2. Gaya Hidup..... 30
2.2.2.1. Indikator Gaya Hidup 31
2.2.3. Konsep Diri..... 33

2.2.3.1. Indikator Konsep Diri 34
2.2.4. Kelompok Teman Sebaya 35
2.2.4.1. Indikator Teman Sebaya 37
2.2.5. Literasi Keuangan 39
2.2.5.1. Aspek-Aspek Literasi Keuangan 40
2.3. Kajian Penelitian Terdahulu 41
2.4. Kerangka Berfikir 48
2.4.1. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif 48
2.4.2. Pengaruh Konsep Diri terhadap Perilaku Konsumtif 50
2.4.3. Pengaruh Kelompok Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif ... 51
2.4.4. Peran Literasi Keuangan dalam Memoderasi Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif 53
2.4.5. Peran Literasi Keuangan dalam Memoderasi Konsep Diri terhadap Perilaku Konsumtif 55
2.4.6. Peran Literasi Keuangan dalam Memoderasi Kelompok Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif 57
2.5. Hipotesis Penelitian 60
BAB III METODE PENELITIAN 62
3.1. Jenis dan Desain Penelitian 62
3.2. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel 62
3.2.1. Populasi Penelitian 62
3.2.2. Sampel Penelitian 63
3.2.3. Teknik Pengambilan Sampel 63
3.3. Definisi Operasional Variabel 65
3.3.1. Variabel Dependen 65
3.3.2. Variabel Independen 65
3.3.3. Variabel Moderating 66
3.4. Pengujian Instrumen Penelitian 69
3.4.1. Uji Validitas 69
3.4.2. Uji Reliabilitas 74
3.5. Teknik Pengambilan Data 75

3.6. Teknik Pengolahan dan Analisis Data Penelitian 76
3.6.1. Teknik Analisis Statistik Deskriptif 76
3.6.1.1. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Perilaku Konsumtif 77
3.6.1.2. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Gaya Hidup 78
3.6.1.3. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Konsep Diri 79
3.6.1.4. Analisis Statistik Deskriptif Kategori Variabel Kelompok Teman Sebaya 80
3.6.1.5. Analisis Statistik Deskriptif Kategori Variabel Literasi Keuangan 81
3.6.2. Analisis Regresi Moderasi (Uji Nilai Selisih Mutlak) 82
3.7. Uji Hipotesis 85
3.8. Koefisien Determinan 86
3.8.1. Koefisien Determinasi Simultan (R^2) 86
3.8.2. Koefisien Determinasi Parsial (r^2) 87
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 88
4.1. Hasil Penelitian 88
4.1.1. Analisis Statistik Deskriptif 88
4.1.1.1. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Perilaku Konsumtif ... 88
4.1.1.2. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Gaya Hidup 90
4.1.1.3. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Konsep Diri 91
4.1.1.4. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kelompok Teman Sebaya 92
4.1.1.5. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Literasi Keuangan 94
4.1.2. Hasil Analisis Regresi Moderasi (Uji Nilai Selisih Mutlak) 95
4.1.3. Hasil Uji Hipotesis 103
4.1.4. Koefisien Determinasi 108
4.1.1.2. Koefisien Determinasi Simultan (R^2) 108
4.1.1.3. Koefisien Determinasi Parsial (r^2) 109
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian 112
4.2.1. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif 112
4.2.2. Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif 114

4.2.3. Pengaruh Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif 115
4.2.4. Literasi Keuangan dalam Memoderasi Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif 117
4.2.5. Literasi Keuangan dalam Memoderasi Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif 119
4.2.6. Literasi Keuangan dalam Memoderasi Pengaruh Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif..... 121
4.3. Keterbatasan Penelitian 123
BAB V PENUTUP..... 125
5.1. Simpulan..... 125
5.2. Saran 126
DAFTAR PUSTAKA 129
LAMPIRAN.....134

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabulasi Awal Perilaku Konsumtif 5
Tabel 2. 1 Dimensi Pengukuran Gaya Hidup 32
Tabel 2. 2 Hasil Penelitian Terdahulu.....43
Tabel 3. 1 Populasi Penelitian.....63
Tabel 3. 2 Deskripsi Operasional Variabel Penelitian 67
Tabel 3. 3 Hasil Uji Coba Validitas Variabel Perilaku Konsumtif 70
Tabel 3. 4 Hasil Uji Coba Validitas Variabel Gaya Hidup 71
Tabel 3. 5 Hasil Uji Coba Validitas Variabel Konsep Diri.....71
Tabel 3. 6 Hasil Uji Coba Validitas Variabel Kelompok Teman Sebaya 72
Tabel 3. 7 Hasil Uji Coba Validitas Variabel Literasi Keuangan 73
Tabel 3. 8 Hasil Uji Coba Reliabilitas 74
Tabel 3. 9 Pedoman Penilaian Angket 76
Tabel 3. 10 Kategori Variabel Perilaku Konsumtif 78
Tabel 3. 11 Kategori Variabel Gaya Hidup 79
Tabel 3. 12 Kategori Variabel Konsep Diri 79
Tabel 3. 13 Kategori Variabel Kelompok Teman Sebaya 80
Tabel 3. 14 Kategori Variabel Literasi Keuangan 81
Tabel 4. 1 Hasil Statistik Deskriptif Perilaku Konsumtif 89
Tabel 4. 2 Kategori Statistik Deskriptif Perilaku Konsumtif.....89
Tabel 4. 3 Hasil Statistik Deskriptif Gaya Hidup 90
Tabel 4. 4 Kategori Statistik Deskriptif Gaya Hidup 91
Tabel 4. 5 Hasil Statistik Deskriptif Konsep Diri 91
Tabel 4. 6 Kategori Statistik Deskriptif Konsep Diri..... 92
Tabel 4. 7 Hasil Statistik Deskriptif Kelompok Teman Sebaya 93
Tabel 4. 8 Kategori Statistik Deskriptif Kelompok Teman Sebaya..... 93
Tabel 4. 9 Hasil Statistik Deskriptif Literasi Keuangan 94
Tabel 4. 10 Kategori Statistik Deskriptif Literasi Keuangan..... 94
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas 96
Tabel 4. 12 Hasil Uji Linearitas 97
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikoloniearitas..... 98
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas 99
Tabel 4. 15 Hasil Uji Nilai Selisih Mutlak..... 100
Tabel 4. 16 Hasil Uji Hipotesis 103
Tabel 4. 17 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis 107
Tabel 4. 18 Hasil Koefisisen Determinasi Simultan 108
Tabel 4. 19 Hasil Koefisisen Determinasi Parsial..... 109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 *Theory of Planned Behavior (TPB*)..... 22
Gambar 2. 2 Skema Kerangka Berfikir..... 60
Gambar 4. 1 Model Hasil Penelitian.....111

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Observasi Awal 135

Lampiran 2 Daftar Responden Observasi Awal..... 137

Lampiran 3 Tabulasi Data Awal 139

Lampiran 4 Kisi-Kisi Uji Coba Instrumen Penelitian..... 141

Lampiran 5 Uji Kuesioner Penelitian..... 143

Lampiran 6 Daftar Nama Uji Coba Instrumen Penelitian..... 151

Lampiran 7 Tabulasi Uji Coba Instrumen Penelitian..... 152

Lampiran 8 Hasil Uji Coba Validitas..... 162

Lampiran 9 Hasil Uji Coba Reliabilitas 167

Lampiran 10 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian 169

Lampiran 11 Kuesioner Penelitian 171

Lampiran 12 Daftar Responden Penelitian 179

Lampiran 13 Tabulasi Data Hasil Penelitian 182

Lampiran 14 Tabulasi Daftar Variabel Penelitian..... 212

Lampiran 15 Analisis Deskriptif Per-Indikator..... 215

Lampiran 16 Output SPSS Uji Asumsi Klasik 227

Lampiran 17 Output SPSS Uji Hipotesis dan Uji Nilai Selisih Mutlak..... 229

Lampiran 18 Output SPSS Hasil Keofisiensi Determinasi 230

Lampiran 19 Surat Izin Penelitian..... 231

BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Saat ini dunia sedang menikmati fenomena perkembangan teknologi yang semakin pesat. Fenomena ini disebut revolusi industri 4.0. Revolusi industri 4.0 secara fundamental mengakibatkan berubahnya cara manusia berpikir, hidup dan berhubungan satu dengan yang lain (Prasetyo & Trisyani, 2018). Era ini akan mendisrupsi berbagai aktivitas manusia. Berkembangnya dunia teknologi digital yang diintegrasikan dalam segala aspek kehidupan membuat perubahan besar di berbagai bidang ekonomi, politik, dan sosial budaya. Perubahan tersebut telah masuk ke Indonesia sebagai negara berkembang yang telah menerima hadirnya revolusi industri 4.0. Hal tersebut tentu akan memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya karena segala aspek dalam kehidupan telah terintegrasikan dengan teknologi. Revolusi industri 4.0 dapat mendukung kemajuan suatu bangsa yang disinyalir akan mencapai masa keemasan pada tahun 2045.

Namun di balik kemudahan yang ditawarkan, revolusi industri 4.0 menyimpan dampak negatif yang mana dapat merubah gaya hidup masyarakat, khususnya terkait kebiasaan berbelanja. Jika sebelumnya masyarakat secara konvensional dapat berbelanja langsung datang ke pasar, saat ini berbelanja cukup melalui *gadget*. Dengan menggunakan berbagai macam aplikasi yang dapat digunakan untuk berbelanja online, masyarakat akan mudah memilih

barang lalu melakukan transaksi secara online dan dapat memperoleh barang yang diinginkan.

Dalam konsep ekonomi dibedakan istilah antar kebutuhan dan keinginan. Secara bahasa kebutuhan adalah hasrat yang timbul dalam diri manusia yang jika tidak terpenuhi dapat mempengaruhi kelangsungan hidupnya. Hal-hal yang termasuk kebutuhan seperti sandang, pangan, kesehatan, pekerjaan, pendidikan. Sedangkan keinginan adalah hasrat yang timbul dalam diri manusia terhadap barang/jasa yang ingin dipenuhi terhadap sesuatu yang dianggap kurang. Contoh dari keinginan seperti membeli pakaian untuk sekedar tampil modis dan hal-hal lain yang tidak didasari oleh kebutuhan. Konsep ekonomi menjadi sangat penting bagi manusia untuk mengelola sumber daya yang sifatnya terbatas agar dapat digunakan secara efektif dan efisisen. Hal tersebut akan mempengaruhi manusia dalam melakukan konsumsi untuk memenuhi kebutuhannya.

Kegiatan konsumsi dapat menimbulkan permasalahan ketika seseorang lebih mendahulukan keinginan dibandingkan dengan kebutuhan. Sehingga mereka sering kali mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan atau dapat dikatakan sebagai perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif tidak boleh dibiarkan tumbuh dalam kehidupan masyarakat. Jika hal itu dibiarkan akan mempengaruhi kondisi perekonomian seseorang dan memberikan dampak negatif bagi kondisi keuangannya. Perilaku konsumtif yang tidak dapat dikendalikan lambat laun akan mempengaruhi kebiasaan dan menjadi gaya hidup seseorang. Kondisi ini lebih buruk ketika perilaku konsumtif

tidak hanya terjadi pada orang dewasa, namun juga menimpa remaja (Imawati, 2013).

Penelitian ini mengkaji perilaku konsumtif pada remaja. Karena masa remaja merupakan masa yang mempengaruhi individu. Penelitian tentang perilaku konsumtif ini dilakukan di tempat peneliti menjalankan program pengalaman lapangan (PPL) yaitu SMA N 1 Kendal. Khususnya siswa di SMA Negeri 1 Kendal pada kelas XI IPS. Peneliti memilih kelas XI IPS dengan pertimbangan, siswa jurusan IPS mendapatkan porsi pembelajaran ekonomi akuntansi yang lebih banyak dibandingkan kelas lainnya (tidak termasuk kelas XII IPS yang sedang difokuskan untuk UN). Sebaiknya setelah siswa menerima pengetahuan tentang konsep ekonomi-akuntansi, siswa dapat mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari. Sebagai contohnya penerapan pola hidup hemat dan bijaksana dalam mengelola keuangan.

Masa remaja seringkali dikenal dengan masa mencari jati diri. Ini terjadi karena masa remaja merupakan peralihan antara masa kehidupan anak-anak dan masa kehidupan orang dewasa (Ali, 2009:16). Dalam masa tersebut, terdapat keraguan akan peran yang harus dilakukan. Pada masa remaja, remaja tidak dapat dianggap sebagai anak kecil dan juga belum dapat dikatakan sebagai seorang dewasa. Sifat egoisme, pencarian diri, dan eksistensi diri cenderung dimiliki seorang remaja. Arus globalisasi dan segala kemudahan yang ditawarkan, banyak menjebak remaja dalam kehidupan konsumtif.

Remaja memiliki kemampuan berkonsumsi yang irasional dan cenderung berperilaku konsumtif (Kanserina, 2015). Remaja rela mengeluarkan uangnya untuk menuruti segala keinginan-keinginan yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Remaja menghabiskan uangnya untuk membeli pakaian, makanan, hiburan (menonton konser), dan nongkrong bersama teman-sebayanya. Hal tersebut dilakukan remaja hanya untuk ajang gengsi. Remaja cenderung ingin menemukan jati dirinya sehingga mereka ingin melepaskan diri dari orang tuanya dan mengarahkan perhatian kepada lingkungan di luar keluarganya dan cenderung lebih senang bergabung dengan kelompok teman sebayanya. Kelompok teman sebaya memegang peranan penting dalam kehidupan remaja. Secara tidak langsung kelompok teman sebaya akan merubah sikap dan perilaku individu sesuai dengan harapan yang dibentuk kelompok, agar individu dapat diterima dalam kelompok tersebut. Salah satu perubahan tersebut yaitu dalam hal mengonsumsi.

Remaja akan memiliki rasa ketergantungannya dalam kelompok sehingga akan mengikuti apa yang diinginkan kelompoknya, keinginan kelompok yang beragam akan membuat sebagian individu termotivasi untuk mengikutinya sehingga termotivasi untuk berperilaku konsumtif. Jika keinginan remaja tidak terpenuhi maka akan timbul rasa kecewa, marah, tidak percaya diri dan akan melakukan segala cara untuk memenuhi konsumsinya. Bahkan remaja akan melakukan cara yang terkesan sembarangan dalam upaya pemenuhan konsumsinya. Misalnya, terdapat kasus remaja yang mencuri barang atau uang, bahkan tidak segan untuk menyelewengkan uang pembayaran sekolah untuk

membeli barang yang diinginkannya. Perilaku konsumtif tidak hanya mempengaruhi perekonomian, namun juga akan mempengaruhi secara psikologi dan juga kriminalitas (Suparti, 2016).

Kasus-kasus dan fenomena-fenomena yang telah dijelaskan sebelumnya, merupakan kejadian yang sangat memprihatinkan dan timbul akibat dari adanya perilaku konsumtif di kalangan para remaja Indonesia. Masalah yang terjadi di SMA N 1 Kendal diperkuat melalui observasi secara langsung. Berdasarkan hasil observasi tersebut dapat digambarkan dengan jelas dari data presentase pengeluaran siswa berdasarkan uang saku yang diperolehnya selama satu bulan. Data tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut:

Tabel 1. 1

Tabulasi Awal Perilaku Konsumtif

No.	Kegunaan Uang Saku	Presentase (%)
1.	Transport	12%
2.	Kebutuhan belajar	16%
3.	Jajan	28%
4.	Kebutuhan lain-lain	48%

Sumber : Data observasi yang telah diolah, 2019

Berdasarkan data pada Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa pengeluaran uang saku siswa selama satu bulan digunakan untuk kategori transport, kebutuhan belajar, jajan, dan kebutuhan lain-lain (nongkrong bersama teman-teman, membeli kuota internet, menonton film, berbelanja,). Berdasarkan presentase, kegunaan uang saku siswa untuk keperluan jajan dan kebutuhan lainnya lebih tinggi dibandingkan pengeluaran siswa untuk kebutuhan belajar. Meskipun

kegunaan uang saku untuk jajan dan kebutuhan lain-lain lebih tinggi daripada kegunaan yang lain, namun belum dapat mencerminkan siswa berperilaku konsumtif.

Lebih lanjut peneliti melakukan wawancara kepada empat perwakilan siswa dari tiap masing-masing kelas XI IPS SMA N 1 Kendal. Dari hasil wawancara diperoleh hasil bahwa siswa pertama, dan kedua menyatakan bahwa kegunaan uang saku lebih sering digunakan untuk jajan diluar setelah pulang sekolah terlebih lagi setelah pulang sekolah terkadang mereka pergi bersama teman sebayanya untuk nongkrong di *cafe* dan terkadang juga berbelanja di *mall*. Salah satu siswa juga memperkuat perilaku konsumtif, karena ketika berbelanja di *mall* ia tidak bisa mengendalikan diri untuk tidak membeli barang. Terlebih jika sebelumnya sudah mengetahui bahwa barang-barang di *mall* sedang ada diskon. Barang ini seperti baju, sepatu, dan tas, sedangkan ia sudah memiliki barang sebelumnya dan sudah membeli sebelumnya di toko yang lain.

Siswa ketiga menyatakan bahwa kegunaan uang lebih sering digunakan untuk membeli sesuatu yang menurutnya bisa memperbaiki penampilan fisiknya. Siswa ketiga merasa tidak percaya diri jika penampilan fisiknya ataupun atribut yang dipakainya tidak seperti yang diinginkan. Siswa ketiga mengaku jika dia akan merasa percaya diri jika memperbaiki penampilannya dengan mengenakan barang-barang yang sedang *trend*. Siswa keempat menggunakan uang saku untuk jajan dan untuk membeli makan di kantin pada jam istirahat kedua. Siswa keempat juga menyisihkan uang saku yang diberikan orang tua untuk menabung dan memenuhi kebutuhan belajar yaitu membeli lembar kerja siswa dan

memfotokopi referensi buku-buku materi belajar. Dapat disimpulkan dari empat perwakilan siswa terdapat tiga siswa yang menyatakan bahwa dirinya bersifat boros. Bahkan seringkali uang saku yang diberikan oleh orang tua kurang untuk setiap bulannya dan tidak jarang dari mereka meminta uang lebih lagi kepada orang tuanya.

Mangkunegara (2009:39) menyatakan bahwa ada dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu kekuatan sosial budaya dan kekuatan psikologis. Kekuatan sosial budaya terdiri dari faktor budaya, tingkat sosial, kelompok anutan, dan keluarga. Sedangkan kekuatan psikologis terdiri dari pengalaman belajar, kepribadian, sikap dan keyakinan, dan gambaran diri (*self concept*). Sedangkan menurut Sumarwan (2014:9) perilaku konsumen dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu strategi pemasaran, perbedaan individu, dan faktor lingkungan. Perbedaan individu menggambarkan faktor-faktor karakteristik individu yang muncul dari dalam diri konsumen dan proses psikologis yang terjadi pada diri konsumen yang sangat berpengaruh terhadap proses keputusan konsumen, meliputi agama, kebutuhan dan motivasi, kepribadian dan gaya hidup, pengolahan informasi dan persepsi, proses belajar, pengetahuan, dan sikap konsumen. Sedangkan faktor lingkungan disini meliputi budaya, karakteristik demografi, sosial, dan ekonomi, keluarga, kelompok acuan, lingkungan dan situasi konsumen, dan teknologi.

Menurut *theory planned behavior* yang diperkenalkan oleh Icek Ajzen (2005), mengungkapkan bahwa perubahan perilaku seseorang dapat diprediksi karena adanya faktor latar belakang (usia, jenis kelamin, suku, status sosial

ekonomi, suasana hati, kepribadian, pengetahuan, etnis, penghasilan, agama, nilai hidup, lingkungan) yang dikelompokkan menjadi faktor personal, sosial, dan informasi. Kaitannya dalam penelitian ini, perubahan perilaku terkait dengan keputusan pembelian.

Beberapa penelitian terdahulu telah dilakukan untuk mengetahui variabel apa saja yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Penelitian yang dilakukan oleh Risnawati, & Wardoyo (2018) mengungkapkan bahwa variabel pendidikan ekonomi keluarga, gaya hidup, modernitas individu, dan literasi ekonomi dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Murwanti (2017) dalam penelitiannya menggunakan variabel konsep diri, teman sebaya, dan budaya kontemporer dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Ardyanti & Kardoyo (2015) menggunakan variabel literasi keuangan, kelompok teman sebaya, peran orang tua, dan religiulitas untuk mengetahui penyebab perilaku konsumtif.

Berdasarkan faktor-faktor perilaku konsumtif dan riset terdahulu, dapat diketahui salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah gaya hidup. Gaya hidup dapat didefiniskan bagaimana seseorang hidup, termasuk bagaimana seseorang menggunakan uangnya, bagaimana ia mengalokasikan waktunya, dan sebagainya. Gaya hidup konsumtif merupakan pola tingkah laku sehari-hari seseorang yang meliputi minat, opini, dan aktivitasnya di dalam masyarakat dengan kecenderungan terhadap sesuatu yang mewah dan suka menghambur-hamburkan uang di mana hal ini ditandai dengan ketertarikannya pada simbol-simbol yang dapat membedakan status sosialnya. Oktafikasari &

Mahmud, (2017). Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Budanti, Indriayu, & Sabandi, (2015) menyatakan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Semakin mewah gaya hidup dan hedonisme seseorang maka akan meningkatkan perilaku konsumsi yang sifatnya irasional (konsumtif). Sebaliknya, menurunnya gaya hidup mewah dan hedonisme , maka akan menurunkan pula tingkat perilaku konsumtifnya, artinya perilaku konsumsinya akan semakin rasional. Penelitian lain tentang gaya hidup yaitu dilakukan oleh Sutriati, Kartikowati, & Riadi (2018) menghasilkan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian tersebut tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Risnawati, W, & Wardoyo (2018) yang menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif.

Faktor selanjutnya yang diduga mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu konsep diri. Mangkunegara (2009:47) menyatakan bahwa konsep diri dapat didefinisikan sebagai cara kita melihat diri sendiri dan dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang apa yang kita pikirkan. Konsep diri seseorang menggambarkan bagaimana sikap orang tersebut terhadap dirinya. Konsep diri sangat terkait dengan karakter atau sifat-sifat dari kepribadian seseorang. Seorang konsumen dapat memandang dirinya sebagai orang yang modern dan mudah menerima inovasi. Persepsi terhadap dirinya tersebut akan direfleksikan dengan perilaku konsumsinya (Sumarwan 2014:11).

Beberapa penelitian tentang konsep diri terhadap perilaku konsumtif telah dilakukan. Hasil penelitian Suminar & Meiyuntari (2015) konsep diri memiliki

hubungan secara negatif dan signifikan dengan perilaku konsumtif. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin rendah konsep diri, maka semakin tinggi perilaku konsumtif begitu juga sebaliknya. Murwanti (2017) dalam penelitiannya menemukan bahwa konsep diri berpengaruh signifikan dengan perilaku konsumtif siswa, hal ini mengisyaratkan bahwa konsep diri merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif siswa dalam proses pembelian. Komalasari (2013) dalam penelitiannya juga menunjukkan bahwa konsep diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Wijayanti & Astiti (2017), Ermawati & E.P (2011), Gumulya & Widiastuti (2012) dan Hidayat & Kurniawan (2016) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa konsep diri dan perilaku konsumtif memiliki hubungan yang positif.

Faktor lain yang diduga mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu berasal dari lingkungan. Dalam penelitian ini, lingkungan yang digunakan adalah kelompok teman sebaya. Sumarwan (2014:308) pendapat dan kesukaan teman seringkali memengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam membeli dan memilih produk dan merek. Teman itulah yang akan memberikan saran dan pengaruh dalam pembelian produk. Beberapa penelitian terdahulu tentang pengaruh kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif telah dilakukan. Hasil penelitian Ardyanti & Kardoyo (2015) menyatakan bahwa teman sebaya mempengaruhi perilaku konsumtif secara positif dan signifikan. Semakin sering waktu dan interaksi yang dihabiskan dalam kelompok teman sebaya, maka akan semakin memengaruhi remaja dalam berkonsumsi. Sejalan dengan penelitian sebelumnya, Murisal (2012) menunjukkan bahwa kelompok teman sebaya

mempengaruhi perilaku konsumtif remaja karena remaja tidak ingin mendapatkan penolakan dari kelompoknya. Selain itu penelitian Dewi, dkk (2017) menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif, yang artinya semakin tinggi kelompok teman sebaya berarti semakin tinggi pula perilaku konsumtif. Namun penelitian yang dilakukan oleh Wahidah, Asriati, & Achmadi (2018) menyatakan bahwa kelompok teman sebaya tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, variabel gaya hidup, konsep diri, dan kelompok teman sebaya menunjukkan adanya pengaruh yang berbeda-beda terhadap perilaku konsumtif. Perbedaan hasil penelitian tersebut disebabkan oleh adanya keterbatasan penelitian sebelumnya, seperti keterbatasan jumlah sampel atau responden dan penyebaran kuesioner yang diberikan kepada responden oleh peneliti. Selain ketiga faktor yang menjadi penyebab adanya perilaku konsumtif, terdapat salah satu variabel yang diduga memainkan peran dalam mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu pengetahuan dimana pengetahuan yang dimaksud adalah literasi keuangan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah pengetahuan (Sumarwan 2014:12). Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Keputusan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian. Ketika pengetahuan konsumen tentang suatu produk dan jasa lebih banyak, maka ia akan lebih bijak

dalam mengambil keputusan. Menurut PISA (2012) literasi keuangan adalah suatu pengetahuan dan pemahaman atas konsep keuangan yang digunakan untuk membuat pilihan keuangan yang efektif, meningkatkan *financial well-being* dari individu dan kelompok serta untuk berpartisipasi dalam kehidupan ekonomi. Menurut *The Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)* literasi keuangan adalah sebuah kombinasi antara kesadaran, pengetahuan, ketrampilan, sikap dan perilaku yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang masuk akal dan akhirnya mencapai kesejahteraan individu.

Menurut Suparti (2016) literasi keuangan merupakan pengetahuan dasar bagi setiap individu. Manfaat memahami literasi keuangan yaitu individu dapat merencanakan keuangan yang baik dan dapat menghindari masalah keuangan. Semakin baik literasi keuangan maka akan menghindarkan dari perilaku konsumif (Kusumaningtyas & Sakti, 2017). Nurachma (2017) menyatakan bahwa literasi keuangan secara parsial berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Dewi et al. (2017) mengatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara negatif, artinya semakin rendah literasi keuangan maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif, begitu pula sebaliknya. Penelitian ini menjadikan literasi keuangan sebagai variabel moderasi dimana literasi keuangan dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel gaya hidup, konsep diri, dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif.

Literasi keuangan dapat dijadikan sebagai variabel moderasi yaitu variabel yang memperkuat atau memperlemah pengaruh gaya hidup terhadap perilaku

konsumtif. Hubungan literasi keuangan yang memperkuat pengaruh gaya hidup perilaku konsumtif, ketika gaya hidup seseorang tinggi namun tidak diikuti dengan banyaknya pengetahuan tentang literasi keuangan maka akan memperlemah pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif, begitu sebaliknya. Apabila seseorang memiliki gaya hidup rendah namun diikuti dengan pengetahuan tentang literasi keuangan maka dengan segala kemampuan pengetahuannya akan mengupayakan agar dirinya tidak berperilaku konsumtif.

Literasi keuangan dapat dijadikan sebagai variabel moderasi yaitu variabel yang memperkuat atau memperlemah pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif. Hubungan literasi keuangan yang memperkuat pengaruh konsep diri dan perilaku konsumtif, ketika konsep diri seseorang rendah namun diikuti dengan banyaknya pengetahuan tentang literasi keuangan maka akan memperlemah pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif, begitu sebaliknya.

Literasi keuangan dapat dijadikan sebagai variabel moderasi yaitu variabel yang memperkuat atau memperlemah pengaruh kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. Hubungan literasi keuangan yang memperkuat pengaruh gaya hidup perilaku konsumtif, ketika keterikatan kelompok teman sebaya seseorang tinggi namun tidak diikuti dengan banyaknya pengetahuan tentang literasi keuangan maka akan memperlemah pengaruh kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif, begitu sebaliknya. Apabila keterikatan kelompok teman sebaya seseorang rendah namun diikuti dengan pengetahuan tentang literasi

keuangan maka dengan segala kemampuan pengetahuannya akan mengupayakan agar dirinya tidak berperilaku konsumtif.

Berdasarkan *phenomena gap* dan *research gap* yang telah disampaikan diatas, peneliti menganggap pentingnya variabel baru yang dapat memoderasi pengaruh gaya hidup, konsep diri, dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. Sehingga variabel literasi keuangan ini akan dimasukkan peneliti sebagai variabel moderasi. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti tertarik untuk meneliti penelitian yang berjudul "Peran Literasi Keuangan dalam Memoderasi Pengaruh Gaya Hidup, Konsep Diri, dan Kelompok Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Empiris pada Siswa Kelas XI IPS SMAN 1 Kendal)".

1.2. Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan dapat dipahami bahwa masih banyak variabel yang belum optimal dalam mempengaruhi perilaku konsumtif dan masih menarik untuk dikaji. Berdasarkan variabel yang mempengaruhi perilaku konsumtif antara lain :

1) Kemajuan teknologi dibidang komunikasi terutama internet yang dapat memudahkan mendapatkan barang yang diinginkan siswa sehingga berpotensi munculnya perilaku konsumtif.
2) Pengeluaran uang saku siswa selama satu bulan, lebih banyak digunakan untuk jajan dan kebutuhan lain-lain (menongkrong bersama teman, berbelanja, dan menonton film).

3) Gaya hidup mewah yang dianut siswa yang menyebabkan mereka cenderung berperilaku konsumtif (Kusumaningtyas & Sakti, 2017).
4) Konsep diri siswa yang rendah yang memungkinkan siswa berperilaku konsumtif, dilihat dari pandangan negatif siswa tentang dirinya.
5) Remaja rela mengeluarkan uang untuk memenuhi kebutuhan bukan keinginan (Nurachma, 2017).
6) Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengaruh gaya hidup, konsep diri, dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif bersifat inkonsisten. Dan disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan merupakan variabel yang lebih kompleks terhadap perilaku konsumtif, sehingga literasi keuangan diduga memainkan peran sebagai variabel moderating.

1.3. Batasan Masalah Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka perlu diadakan pembatasan masalah agar lebih terfokus pada penelitin yang dilaksanakan. Oleh karena itu, peneliti memfokuskan masalah pada tiga faktor utama yang dianggap menjadi pengaruh perilaku konsumtif yaitu gaya hidup, konsep diri, kelompok teman sebaya, serta literasi keuangan sebagai faktor yang memoderasi perilaku konsumtif. Penelitian ini dilakukan pada siswa kelas XI IPS SMAN 1 Kendal.

1.4. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang ditemukan di atas maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Apakah gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ?
2) Apakah konsep diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ?
3) Apakah teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ?
4) Apakah literasi keuangan secara signifikan memperkuat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif?
5) Apakah literasi keuangan secara signifikan memperkuat pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif ?
6) Apakah literasi keuangan secara signifikan memperkuat pengaruh kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif ?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai, yaitu :

1) Untuk menganalisis, menguji dan mendeskripsikan pengaruh positif secara signifikan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.
2) Untuk menganalisis, menguji dan mendeskripsikan pengaruh negatif secara signifikan konsep diri terhadap perilaku konsumtif.
3) Untuk menganalisis, menguji dan mendeskripsikan pengaruh positif secara signifikan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif.
4) Untuk menganalisis peran literasi keuangan dalam memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

5) Untuk menganalisis peran literasi keuangan dalam memoderasi pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif.

6) Untuk menganalisis peran literasi keuangan dalam memoderasi pengaruh kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

1) Verifikasi Teori

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi pembuktian dari teori atau penelitian sebelumnya, kebenaran teori dan fakta yang ada dikumpulkan untuk diolah dan dianalisis agar bisa diuji secara hipotesis. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi alat pembuktian (verifikasi) berlakunya *theory planned behaviour* dalam kaitannya dengan pembuktian empiris pengaruh gaya hidup, konsep diri, dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. Verifikasi teori diharapkan dapat memberikan bukti berlaku atau tidak dalam dimensi waktu, ruang, dan objek peneliti pada siswa kelas XI IPS SMA N 1 Kendal.

2) Pengembangan teori

Penelitian ini diharapkan agar memberikan manfaat tidak sekedar bertujuan memverifikasi suatu teori yang dipakai untuk membuktikan, akan tetapi juga untuk membgembangkan teori yang ada. Penelitian ini bermanfaat untuk mengembangkan teori lebih lanjut terkait perilaku konsumtif karena menghadirkan literasi keuangan sebagai variable moderating.

1.6.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis kepada pihak-pihak yang memiliki pengaruh terhadap pendidikan seperti siswa agar dapat menjauhi perilaku konsumtif yang disebabkan oleh gaya hidup, konsep diri, dan kelompok teman sebaya. Bagi guru, penelitian ini dapat membantu guru dalam memberikan pengarahan kepada siswa agar terhindar dari perilaku konsumtif, selain itu guru jugadapat memberikan pengetahuan tentang literasi keuangan di dalam pembelajaran. Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan pengetahuan mengenai perilaku konsumtif dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

1.7. Orisinalitas Penelitian

Penelitian tentang perilaku konsumtif sudah pernah dilakukan. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan. Ardyanti & Kardoyo (2015) dalam penelitiannya menggunakan variabel kelompok teman sebaya, peran orang tua, religiulitas, dan literasi keuangan sebagai variabel independen. Sedangakan dalam penelitian ini variabel literasi keuangan menjadi variabel moderasi. Nurachma (2017) dalam penelitiannya menggunakan variabel status sosial ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya dan *financial literacy* sedangkan penelitian ini menggunakan variabel literasi keuangan, gaya hidup, konsep diri, dan kelompok teman sebaya.

Gumulya & Widiastuti (2012) dalam penelitiannya menggunakan variabel konsep diri pada mahasiswa, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel gaya hidup, konsep diri, teman sebaya dan literasi keuangan. Suparti (2016)

dalam penelitiannya yang hanya menggunakan satu variabel yaitu literasi keuangan sedangkan penelitian ini menggunakan variabel gaya hdup, konsep diri, kelompok teman sebaya dan literasi keuangan. Orisinalitas dalam penelitian ini yaitu peneliti memunculkan variabel *moderating* di dalam model penelitian yakni literasi keuangan. Penelitian ini mencakup lima variabel yaitu perilaku konsumtif sebagai variabel dependen, gaya hidup sebagai variabel independen, konsep diri sebagai variabel independen, kelompok teman sebaya sebagai variabel independen, dan literasi keuangan sebagai variabel *moderating*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah subjek yang diteliti, yaitu siswa kelas XI IPS SMA N 1 Kendal.

BAB II
KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

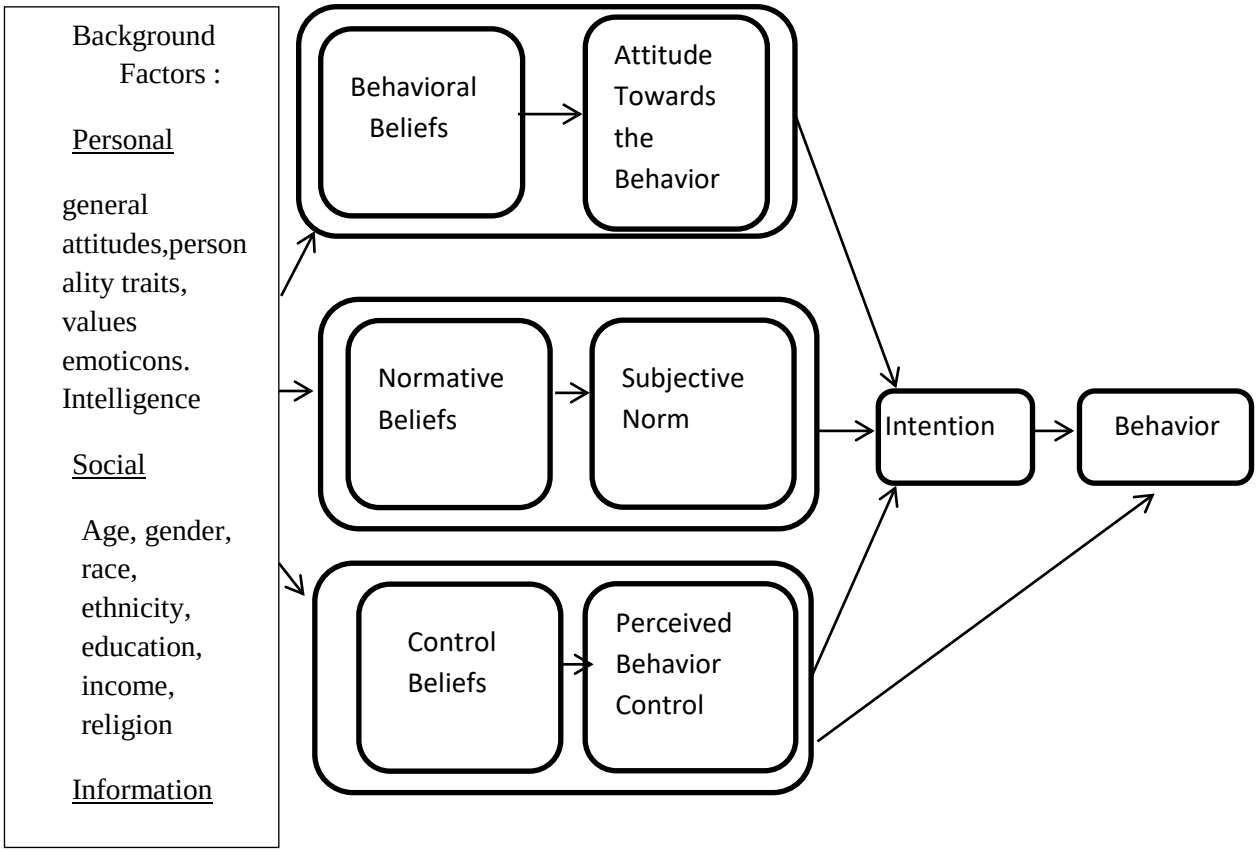
2.1 Kajian Teori Dasar (*Grand Theory)*

2.1.1 *Theory of Planned Behavior*

Theory of planned behavior yang diperkenalkan oleh Icek Azjen (1991) merupakan pengembangan lebih lanjut dari *their of reasoned action* yang menggunakan asumsi dasar bahwa manusia berperilaku dengan cara sadar dan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia. Menurut Ajzen (1998) orang yang melakukan perilaku tertentu karena membentuk niat untuk melakukan. *Theory of planned behavior* menambahkan tiga konsep yang belum ada pada teori sebelumnya yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude towards the behavior*), norma subjektif (*subjective norm*) dan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*). Pertama, sikap terhadap perilaku mengacu pada tingkat dimana seseorang membentuk evaluasi positif atau negatif terhadap perilaku. Kedua, norma subjektif mengacu pada sejauh mana seseorang memiliki motivasi untuk mengikuti pandangan orang terhadap perilaku yang akan dilakukannya (*normative belief*). Individu akan menentukan apa yang akan di lakukan berdasarkan hak pribadinya, bukan berdasarkan orang disekitarnya. Sementara itu, kontrol perilaku yang dirasakan (*preceived behavioral control*) menjelaskan bahwa dalam rangka melakukan perilaku tertentu dilakukan atau tidak dilakukanya suatu perilaku tidak hanya ditentukan oleh sikap dan norma subjektif

semata, tetapi juga persepsi individu terhadap kontrol yang dapat dilakukanya yang bersumber pada keyakinanya terhadap kontrol tersebut (*control beliefs*).

Menurut TPB yang dikemukakan oleh Ajzen (2005) bahwa faktor penentu utama intensi dan perilaku yaitu keyakinan perilaku, keyakinan normatif, dan keyakinan kontrol. Selain itu, terdapat banyak variabel yang dapat mempengaruhi keyakinan seseorang yaitu: usia, jenis kelamin, budaya, status sosial, ekonomi, pendidikan, kebangsaan, agama, kepribadian, emosi, sikap, nilai, kecerdasan, pengalaman dimasa lalu dan paparan informasi. Faktor latar belakang tersebut dibagi ke dalam tiga kategori yaitu: faktor pribadi, faktor sosial dan faktor informasi. Seluruh faktor tersebut dapat mempengaruhi perilaku, keyakinan normatif, dan keyakinan kontrol. Sebagai hasilnya dapat mempengaruhi intensi perilaku sehingga secara skematik dapat terlihat pada gambar berikut:



Gambar 2. 1 ***Theory of Planned Behavior (TPB)***
Sumber: (Ajzen, 2005)

Model teoritik dari *teori planned behavior* mengandung berbagai variabel yaitu: (1) latar belakang; (2) keyakinan perilaku; (3) keyakinan normatif; (4) norma subjektif; (5) keyakinan dari dalam diri individu; (6) persepsi kemampuan mengontrol tingkah laku. Latar belakang (*background factor*) seperti usia, jenis kelamin, suku, status sosial ekonomi, suasana hati, sifat kepribadian, dan pengetahuan mempengaruhi sikap dan perilaku individu terhadap suatu hal. Faktor latar belakang pada dasarnya adalah sifat yang hadir di dalam diri sesorang, yaitu dalam model Kurt Lewin dikategorikan ke dalam aspek O (*organization*). Dalam kategori ini Ajzen (2005), memasukan tiga faktor latar

belakang, yakni personal, sosial, informasi. Faktor personal adalah sikap umum seseorang terhadap sesuatu, sifat kepribadian (*personality traits*), nilai hidup (*values*), emosi, dan kecerdasan yang dimilikinya. Faktor sosial antara lain adalah usia, jenis kelamin (*gender*), etnis, pendidikan, penghasilan, dan agama. Faktor informasi adalah pengalaman, pengetahuan, dan media massa.

Keyakinan perilaku (*behavior belief*) yaitu hal-hal yang diyakini oleh individu mengenai sebuah perilaku dari segi positif dan negatif, sikap terhadap perilaku atau kecenderungan untuk bereaksi secara afektif terhadap suatu perilaku, dalam bentuk suka atau tidak suka perilaku tersebut. Keyakinan terhadap perilaku sangat dibutuhkan oleh seseorang, karena dengan meyakini suatu perilaku akan membentuk suatu sikap terhadap perilaku tersebut. Keyakinan normatif (*normative beliefs*) yaitu berkaitan langsung dengan pengaruh lingkungan yang secara tegas dikemukakan oleh Lewin dalam Field Theory. Pendapat Lewin ini digaris bawahi juga oleh Ajzen melalui perceived bahavioral control. Menurut Ajzen (2005), faktor lingkungan sosial khususnya orang-orang yang berpengaruh bagi kehidupan individu (*signficant others*) dapat mempengaruhi keputusan individu.

Norma subjektif *(subjective norm)* yaitu sejauh mana seseorang memiliki motivasi untuk mengikuti pandangan orang terhadap perilaku yang akan dilakukanya *(normative beief).* Jika individu merasa itu adalah hak pribadinya untuk menentukan apa yang akan dia lakukan, bukan ditentukan oleh orang lain disekitarnya, maka dia akan mengabaikan pandangan orang tentang perilaku yang akan dilakukanya. Fishbein dan Ajen (1975), menggunakan istilah "*motivation to*

comply" untuk menggambarkan fenomena ini, yaitu apakah individu mematuhi pandangan orang lain yang berpengaruh dalam hidupnya atau tidak. Keyakinan dari dalam diri individu yaitu suatu perilaku yang dilaksanakan *(control beliefs)* dapat diperoleh dari berbagai hal, pertama adalah pengalaman melakukan perilaku yang sama sebelumnya atau pengalaman yang diperoleh karena melihat orang lain misalnya, teman, keluarga dekat dalam melaksanakan perilaku itu sehingga ia memiliki keyakinan bahwa ia pun akan dapat melaksanakanya selain pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman, keyakinan individu mengenai suatu perilaku akan dapat dilaksanakan ditentukan juga oleh ketersedian waktu untuk melaksanakan perilaku tersebut, tersedianya fasilitas untuk melaksanakanya, dan memiliki kemampuan untuk mengatasi setiap kesulitan yang menghambat pelaksanaan perilaku.

Persepsi kemampuan mengontrol tingkah laku (*preceived behavioral control)* yaitu keyakinan *(beliefs)* bahwa individu pernah melaksanakan atau tidak pernah melaksanakan perilaku tertentu, individu memiliki fasilitas dan waktu untuk melakukan perilaku itu, kemudian individu melakukan estimasi atas kemampuan dirinya apakah dia punya kemampuan atau tidak memiliki kemampuan untuk melaksanakan perilaku tersebut. Ajzen (2005) menamakan kondisi ini dengan persepsi kemampuan mengontrol *(preceived behavioral control).* Niat untuk melakukan perilaku *(intention)* adalah kecenderungan seseorang untuk memilih melakukan atau tidak melakukan sesuatu pekerjaan. Niat ini ditentukan oleh sejauh mana individu memiliki sikap positif pada perilaku tertentu, dan sejauh mana individu memiliki sikap positif pada perilaku

tertentu, dan sejauh mana kalau dia memilih untuk melakukan perilaku tertentu itu dia mendapat dukungan dari orang-orang lain yang berpengaruh dalam kehidupannya.

Teori *planned behavior* yang dikemukakan oleh Ajzen (2005) dijadikan sebagai *grand theory* dalam penelitian ini. Teori *planned behavior* ini menjelaskan bahwa keyakinan perilaku, keyakinan normatif, dan keyakinan kontrol dapat mempengaruhi intensi perilaku seseorang. Terdapat banyak variabel yang dapat mempengaruhi meliputi usia, jenis kelamin, budaya, status sosial ekonomi, pendidikan, kebangsaan, agama, kepribadian, emosi, sikap, nilai, kecerdasan, pengalaman, dan paparan informasi. Variabel diatas dikelompokkan dalam faktor latar belakang dan dibagi menjadi tiga kategori yaitu pribadi, sosial, dan informasi. Beberapa variabel yang termasuk didalam *theory planned behavior* sesuai dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai variabel independen dan variabel moderasi, yaitu dalam kategori pribadi terdapat variabel gaya hidup dan konsep diri. Kategori sosial terdapat variabel kelompok teman sebaya. Kategori informasi terdapat variabel literasi keuangan sebagai variabel moderasi.

2.2. Kajian Variabel Penelitian

2.2.1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Dalam penelitian Suminar & Meiyuntari (2015) berpendapat bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku mengkonsumsi barang dan jasa yang mahal dengan intensitas yang terus meningkat demi mendapatkan sesuatu yang lebih baru, lebih bagus, dan lebih banyak serta melebihi kebutuhan yang sebenarnya untuk menunjukan status sosial, *prestige*, kekayaan dan keistimewaan, juga untuk mendapatkan kepuasan akan kepemilikan. Sedangkan menurut Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), kecenderungan perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas dan manusia mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan. Perilaku konsumtif adalah kegiatan konsumsi yang tidak didasarkan pada kebutuhan tetapi pada keinginan dan kepuasan semata (Dewi et al. 2017).

Gumulya dan Widiastuti (2012) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai tindakan membeli barang dengan pertimbangan emosional yang lebih didominasikan oleh keinginan-keinginan di luar kebutuhan dan hanya untuk memenuhi hasrat semata. Keinginan merupakan satu bentuk perasaan atau harapan manusia akan kondisi tertentu. Pola hidup yang konsumtif sangat terlihat dari perilaku pembelian masyarakat. Konsumen membeli barang-barang ataupun jasa yang kurang atau tidak diperlukan sehingga sifatnya menjadi berlebihan (Patricia & Handayani 2007). Menurut Murisal (2012) perilaku konsumtif adalah suatu tindakan membeli barang yang dilakukan secara berlebih-lebihan hanya untuk memenuhi atau memuaskan keinginan tanpa memikirkan kegunaan barang

yang dibeli. Berdasarkan beberapa pendapat mengenai perilaku konsumtif diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku yang bersifat individu, dimana individu tersebut mengkonsumsi barang ataupun jasa secara berlebihan dan guna mencapai kepuasan diri.

Mangkunegara (2009:39) mengungkapkan bahwa ada dua kekuatan dari faktor yang memepengaruhi perilaku konsumen, yaitu kekuatan sosial budaya dan kekuatan psikologis. Kekuatan sosial budaya terdiri dari faktor budaya, tingkat sosial, kelompok anutan *small reference groups,* dan keluarga. Sedangkan kekuatan psikologis terdiri dari pengalaman belajar, kepribadian, sikap dan keyakinan, gambaran diri (*self-concept)*. Menurut Kotler dan Keller (2009) dalam Dewi et al., (2017) menyatakan bahwa perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi dan faktor psikologi. Keempat faktor tersebut merupakan faktor yang mempengaruhi konsumen dalam perilaku membeli atau dalam melakukan keputusan pembelian, tetapi ada sub faktor yang mempunyai peran penting dalam perilaku konsumen yaitu sub faktor sosial yaitu dari lingkungan keluaga dan teman sebaya, sub faktor pribadi yaitu pengendalian diri dan sub faktor psikologis dari literasi keuangan. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Kotler & Armstrong (2001) yaitu faktor budaya (kebudayaan, sub kebudayaan, dan kelas sosial), sosial (kelompok acuan, keluarga, peran dan status), pribadi (umur, dan tahap siklus hidup, pekerjaaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri), psikologis (motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan, dan sikap).

Sumarwan (2014), menyatakan perbedaan individu menggambarkan faktor-faktor karakteristik individu yang muncul dari dalam diri konsumen dan proses psikologis yang terjadi pada diri konsumen yang sangat berpengaruh terhadap proses keputusan konsumen, yaitu agama, kebutuhan dan motivasi, kepribadian, konsep diri, pengolahan informasi dan persepsi, proses belajar, pengetahuan, dan sikap konsumen. Selain itu ada faktor lingkungan yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu budaya, karakteristik demografi, sosial, dan ekonomi, keuangan dan rumah tangga, kelompok acuan, situasi konsumen, dan teknologi. Jika faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dapat dikendalikan individu dapat menjadi pengambil keputusan yang bijak dan dapat mengendalikan perilaku konsumtif. Menurut Simamora (2004:6) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor personal, dan faktor psikologis. Berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti menggunakan empat faktor yaitu gaya hidup, konsep diri, kelompok teman sebaya, dan literasi keuangan.

2.2.1.1. Ciri-Ciri Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan perilaku yang bersifat individu, dimana individu tersebut mengkonsumsi barang ataupun jasa secara berlebihan dan guna mencapai kepuasan diri. Perilaku konsumtif tidak terlepas dari masalah proses keputusan pembelian dalam kehidupan sehari-hari. Sembiring (2008:2) menyatakan ciri-ciri konsumen yang konsumtif adalah sebagai berikut :

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

Berdasakan uraian diatas, perilaku konsumtif dapat dilihat melalui ciri-ciri yang dikemukakan oleh Sembiring (2008:2).

2.2.1.2. Indikator Perilaku Konsumtif

Kusumaningtyas & Sakti (2017) berpendapat bahwa perilaku konsumtif dapat diukur melalui iklan, lingkungan, dan kemudahan akses. Sedangkan Oktafikasari & Mahmud (2017) dalam Sumartono (2006) mengukur perilaku konsumtif dengan cara membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi, membeli produk atas dasar pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunannya), membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang menginklankan, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, dan mencoba lebih dari dua produk sejenis. Perilaku konsumtif menurut Sumartono (2002:119) dapat diukur melalui (1)Membeli produk karena iming-iming hadiah; (2)Membeli produk karena kemasannya menarik; (3)Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi; (4) Membeli produk atas pertimbangan harga; (5)Membeli produk hanya sekedarmenjaga simbol status; (6)Memakai produk karena unsur konformitas

terhadap model yang mengiklankan; (7)Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi; (8) Mencoba lebih dari dua produk sejenis.

Indikator yang digunakan dalam penelitian untuk menjelaskan perilaku konsumtif mengambil dari Sumartono (2002:119) yaitu (1)Membeli produk karena iming-iming hadiah; (2)Membeli produk karena kemasannya menarik; (3)Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi; (4)Membeli produk atas pertimbangan harga; (5)Membeli produk hanya sekedarmenjaga simbol status; (6)Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan; (7)Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi; (8) Mencoba lebih dari dua produk sejenis. Alasan pemilihan indikator tersebut karena kesesuaian dengan tujuan dan teori yang digunakan dalam penelitian. Selain itu indikator tersebut dirasa sesuai dengan subjek penelitian yaitu siswa SMA. Indikator yang sama telah digunakan oleh beberapa penelitian terdahulu yang berhasil diidentifikasi oleh peneliti.

2.2.2. Gaya Hidup

Gaya hidup (*lifestyle*) didefinisikan sebagai bagaimana seseorang hidup, termasuk bagaimana seseorang menggunakan uangnya, bagaimana mengalokasikan waktunya dan sebagainya (Astuti, 2016). Budanti et al (2015) menyatakan bahwa gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya, dan mengalokasikan waktu mereka. Menurut Patricia & Handayani (2007) gaya hidup adalah pola dimana orang

hidup dan menghabiskan waktu serta uang. Seorang yang cenderung berpenghasilan besar akan dengan mudah mengalokasikan uangnya untuk kesenangan dan kemewahan tanpa memikirkan nominal. Gaya hidup secara luas diidentifikasikan sebagai cara hidup yang diidentifikasikan oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia disekitarnya (pendapat) (Setiadi, 2003:148).

Gaya hidup lebih menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya, dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya (Sumarwan, 2014). Gaya hidup seringkali digambarkan dengan kegiatan, minat, dan opini dari seseorang (*activities, interests, dan opinions)*. Berdasarkan berbagai pendapat diatas tentang gaya hidup, maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang yang menggambarkan pilihannya dan bagaimana ia menggunakan waktu serta uang.

2.2.2.1. Indikator Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan pola konsumsi yang merefleksikan pilihan individu dalam hal bagaimana mereka menghabiskan uang dan waktunya. Dari persepektif ekonomi, gaya hidup menunjukkan pendapatannya, dan memilih produk maupun jasa dan berbagai pilihan lainnya ketika memilih alternatif dalam satu kategori jenis produk yang ada (Suryani 2013:57). Dalam mengukur gaya hidup konsumen, dapat menggunakan pengukuran psikografis yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang dirancang untuk menilai gaya hidup pasar sasaran, karateristik kepribadian dan demografi. Pertanyaan-pertanyaan yang umum dipakai

mengungkapkan aktivitas (A atau *activities),* minat (I = *interest)* dan Opini (O = *opinion)* konsumen. Pertanyaan aktivitas, menanyakan apa yang dilakukan konsumen, apa yang dibeli konsumen, dan bagaimana konsumen menghabiskan waktunya. Pertanyaan minat menanyakan preferensi dan prioritas konsumen. Adapun pertanyaan opini menanyakan pandangan dan perasaan konsumen mengenai berbagai topik kejadian-kejadian yag berlangsung di lingkungan sekitar, baik yang lokal maupun internasional, masalah-masalah ekonomi, sosial dan moral (Suryani, 2013:58). Suryani (2013:58) menyatakan dimensi pengukuran indikator yang digunakan dalam mengukur gaya hidup yaitu (a) aktivitas; (b) minat; (c) opini. Wells & Douglas (1971) menyatakan dimensi pengukuran gaya hidup secara lengkap disajikan pada tabel :

Tabel 2. 1

Dimensi Pengukuran Gaya Hidup

Aktivitas	Minat	Opini	Demogafi
Pekerjaan	Keluarga	Mereka Sendiri	Usia
Hobi	Rumah	Masalah Sosial	Pendidikan
Kegiatan sosial	Pekerjaan	Politik	Pendapatan
Liburan	Komunitas	Bisnis	Jabatan
Keanggotaan klub	Mode	Pendidikan	Tempat tinggal
Komunitas	Makanan	Produk	Geografi
Belanja	Media	Masa depan	Ukuran kota
Olahraga	Prestasi	Budaya	Tahap daur hidup

Sumber : Wells & Douglas (1971)

Kusumaningtyas & Sakti (2017) mengukur gaya hidup dengan indikator (a) kebiasaan; (b)cara berpakaian; (c)kepemilikan benda. Dalam penelitian ini, untuk mengukur gaya hidup peneliti menggunakan indikator dari Wells & Douglas

(1971). Peneliti menggunakan indikator tersebut karena berdasarkan dimensi pengukurannya dapat dilihat dari gaya hidup siswa. Selain itu skala pengukuran tersebut telah dikembangakan oleh Suryani (2013:58). Suryani (2013:57) dalam mengukur gaya hidup konsumen, dapat menggunakan pengukuran psikografis. Pertanyaan-pertanyaan yang umum dipakai mengungkapkan aktivitas (A atau *activities),* minat (I = *interest)* dan Opini (O = *opinion)* konsumen. Pertanyaan aktivitas, menanyakan apa yang dilakukan konsumen, apa yang dibeli konsumen, dan bagaimana konsumen menghabiskan waktunya. Mengacu pada pengukuran secara psikografis yang diungkapkan oleh Suryani (2013:57) pada penilitian ini hanya mengungkapkan aktivitas, minat, dan opini siswa.

2.2.3. Konsep Diri

Murwanti (2017) mendefinisikan konsep diri merupakan kumpulan keyakinan dan persepsi diri mengenai diri sendiri yang terorganisasi dengan kata lain konsep diri tersebut bekerja sebagai skema dasar. Mangkunegara (2009:47) menyatakan konsep diri dapat didefinisikan sebagai cara kita melihat diri sendiri dan dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang apa yang kita pikirkan. Sumarwan(2014:62) menyatakan konsep diri seseorang menggambarkan bagaimana sikap orang tersebut terhadap dirinya. Konsep diri sangat terkait dengan karakter atau sifat-sifat dari kepribadian seseorang. Konsep diri didefinisikan sebagai penilaian individu mengenai kualitas personalnya, gambaran mengenai apa dan siapa dirinya serta gambaran dirinya di mata orang lain yang diperoleh melalui persepsi diri, refleksi diri dan perbandingan social (Suminar & Meiyuntari, 2015). Selain itu, Setiadi (2003:132) menyatakan konsep

diri sebagai citra pribadi merupakan salah satu segi dalam menilai kepribadian seseorang. Konsep diri menjadi sebuah cara pandang yang dimiliki seseorang tentang dirinya sendiri yang mempengaruhi hubungan dengan orang lain, meliputi kemampuan yang dimiliki, perasaan yang dialami, dan kondisi fisik dirinya maupun lingkungan disekitarnya.

Konsep diri merupakan penentu sikap individu dalam berperilaku.Perilaku konsumtif merupakan salah satu pandangan dan sikap negatif dari konsep diri. Suminar & Meiyuntari (2015) menjelaskan bahwa konsep diri yang cenderung negatif memberi ketidaknyamanan secara personal. Bagi subjek, upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan konsep diri tersebut yaitu melalui pembelian, penggunaan, dan memamerkan barang atau jasa yang dikonsumsi. Produk bernilai tinggi dianggap dapat menambah kepercaaan diri bahkan menutupi kekurangan yang ada pada diri mereka. Berdasarkan beberapa pendapat ahli dapat disimpulkan bahwa konsep diri adalah bagaimana seseorang memandang dirinya sendiri yang dapat mempengaruhi dirinya dalam pengambilan keputusan.

2.2.3.1. Indikator Konsep Diri

Konsep diri adalah bagaimana seseorang memandang dirinya sendiri yang berkaitan dengan kepribadiannya sendiri dan dapat mempengaruhi dirinya dalam pengambilan keputusan. Suminar & Meiyuntari (2015) konsep diri dapat diukur melalui (a) identitas; (b) kepuasan diri; (c) perilaku; (d) fisik; (e) moral; (f) personal; (g)keluarga; (h)sosial; (i) aspek akademis. Lorenz (2002) dalam Octaviani (2017) mengemukakan bahwa skala konsep diri terbagi menjadi dua dimensi besar yaitu (a) dimensi internal; (b) dimensi eksternal;. Menurut Calhoun

dan Acocella (1990) dalam Ermawati & E.P (2011) menyebutkan ada beberapa indikator untuk mengukur konsep diri seseorang, yakni: (a) pemahaman tentang dirinya; (b) pengharapan untuk mencapai kesuksesan; (c) penilaian kelebihan dan kekurangan yang dimiliki. Toth (2014) mengemukakan bahwa pengukuran konsep diri dapat dilakukan dengan (a) *product evaluation*/Evaluasi produk; (b) *image measures*/ukuran diri; (c) *product image/*gambaran produk; (d) *self image*/gambaran diri; (e) *self monitoring*/kesan diri;. Teori Fitts dalam Gumulya & Widiastuti (2012) mengemukakan aspek konsep diri yang meliputi konsep diri internal (diri identitas, diri pelaku dan diri penilai) dan konsep diri eksternal (diri fisik, diri etik-moral, diri pribadi, diri keluarga dan diri sosial).

Berdasarkan beberapa indikator konsep diri yang telah diuraikan diatas, konsep diri yaitu bagaimana individu melihat dan menilai dirinya sendiri yang akan berdampak pada perilakunya termasuk dalam perilaku konsumsi. Penelitian ini menggunakan indikator mengukur konsep diri yang dikemukakan oleh Suminar & Meiyuntari (2015): (a) identitas; (b) kepuasan diri; (c) perilaku; (d) fisik; (e) moral; (f) personal; (g) keluarga; (h) sosial; (i) aspek akademis. Peneliti mengambil indicator tersebut karena indikator tersebut secara keseluruhan sesuai dengan pandangan siswa terhadap dirinya sendiri baik dalam sikap, karakter, dan kepribadiannya.

2.2.4. Kelompok Teman Sebaya

Group atau kelompok merupakan sekumpulan dua orang atau lebih yang saling berkomunikasi untuk mencapai tujuan yang sama. Teman merupakan kelompok anak-anak dengan tingkat kedewasaan yang sama dan menerapkan

prinsip-prinsip hidup bersama serta saling memberikan pengaruh kepada anggota kelompok (Dewi et al., 2017). Menurut Murisal (2012) kelompok teman sebaya merupakan kelompok anak-anak dengan tingkat kedewasaan yang sama dan menerapkan prinsip-prinsip hdup bersama serta saling memberikan pengaruh kepada anggota kelompok.

Kelompok teman sebaya merupakan lingkungan sosial, tempat berinteraksi yang secara langsung atau tidak langsung akan memengauhi perilaku konsumsi seseorang (Suryani, 2008). Kelompok mempengaruhi proses pembelian dalam dua cara. Pertama, kelompok mempengaruhi pembelian yang diuat oleh seorang konsumen. Kedua, anggota-anggota kelompok sering kali membuat keputusan bersama-sama sebagai sebuah kelompok (Sumarwan, 2014). Yusuf (2009) dalam Nurachma (2017) menyatakan kelompok teman sebaya sebagai lingkungan sosial remaja mempunyai peranan penting bagi perkembagan kepribadiannya. Kuatnya pengaruh kelompok teman sebaya ini karena lebih banyak berada diluar rumah bersama dengan teman-teman sebaya sebagai kelompok, maka dapat dimengerti pengaruh teman-teman sebaya pada sikap, pembicaraan, minat, penampilan, dan perilaku lebih besar daripada pengaruh keluarga (Hurlock, 1993) dalam (Nurachma, 2017) .

Kelompok teman sebaya adalah kelompok anak-anak dengan tingkat kedewasaan yang sama dan menerapkan prinsip hidup berssama dan saling memenpegaruhi diantara anggota kelompok. Kelompok teman sebaya akan mempengaruhi keputusan untuk membeli. Ketika seorang teman dalam suatu kelompok membeli barang tertentu maka teman lainnya juga akan terpengaruh

untuk membeli barang tersebut (Yudiana, 2016). Berdasarkan pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa kelompok teman sebaya adalah sekumpulan dua orang atau lebih yang membentuk sebuah komunitas yang saling berinteraksi dan memiliki tujuan yang sama dalam pengambilan keputusan bersama dan pengambilan keputusan.

2.2.4.1. Indikator Teman Sebaya

Kelompok teman sebaya adalah sekumpulan dua orang atau lebih yang membentuk sebuah komunitas yang saling berinteraksi dan memiliki tujuan yang sama dalam pengambilan keputusan bersama dan pengambilan keputusan. Yusuf (2009:59) menyatakan bahwa kelompok teman sebaya sebagai lingkungan sosial yang mempunyai peranan penting bagi perkembangan kepribadiannya. Aspek kepribadian yang menonjol dalam pengalamannya bergaul dengan teman sebayanya, adalah sebagai berikut :

1) *Social Cognition* yakni kemampuan untuk memikirkan ide, perasaan, motif, dan tingkah laku dirinya dan orang lain.
2) Konformitas yakni motif untuk menjadi sama, sesuai, seragam dengan nilai-nilai, kebiasaan, kegemaran, atau budaya teman sebayanya.

Santosa (2004) mengemukakan aspek-aspek kelompok teman sebaya yaitu :

1) Adanya perkembangan proses sosialisasi.

   Individu mencari kelompok yang sesuai dengan keingunan, bisa saling berinteraksi satu sama lain dan diterima dalam kelompok.

2) Kebutuhan untuk menerima penghargaan.

Secara psikologis, individu butuh penghargaan dari orang lain agar mendapat kepuasan dari apa yang telah dicapai. Individu bergabung dengan teman sebaya yang mempunyai kebutuhan psikologis yang sama yaitu ingin dihargai.

3) Perlu perhatian dari orang lain.

Individu perlu perhatian dari orang lain terutama yang merasa senasib. Hal tersebut dapat ditemui dalam kelompok sebaya, ketika indvidu merasa sama dengan lainnya, individu tidak merasakan perbedaan status. Perhatian yang dibutuhkan individu dapat ditemui dalam kelompok teman sebaya.

4) Ingin menemukan dunianya (remaja putri).

Di dalam kelompok sebaya remaja dapat menmukan dunia yang berbeda dengan dunia oang dewasa, mempunyai persamaan disegala bidang.Misalnya, pembicaraan tentang hobi dan hal menarik lainnya.

Dalam penelitan yang dilakukan oleh Rodiyah & Margunani (2017) indikator teman sebaya mengacu pada Park Buges (2006) yaitu : (a) kerjasama; (b) persaingan; (c) pertentangan; (d) penerimaan; (e) persesuaian; (f) perpaduan. Dalam penelitian ini pengukuran teman sebaya akan dilakukan menurut Yusuf (2009:59) sebagai indikatornya, berdasarkan uaian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa terdapat dua indikator yaitu *social cognition* dan konformitas. Penulis memilih indikator tersebut karena dinilai sesuai dengan karakteristik siswa yang dapat diukur dan diamati dalam kehidupan sehari-hari.

2.2.5. Literasi Keuangan

Pengetahuan literasi keuangan yang baik akan membuat seseorang memiliki pengelolaan uang yang baik dan terencana. Menurut PISA (2012) literasi keuangan adalah pengetahuan dan pemahaman atas konsep keuangan yang digunakan untuk membuat pilihan keuangan yang efektif, meningkatkan *financial well-being* dari indvidu dan kelompok serta untuk berpartisipasi dalam kehidupan ekonomi. *The Organizationn for Economic co-operation and Development (OECD, 2017)* dalam Oktafikasari & Mahmud (2017) menjelaskan bahwa literasi keuangan merupakan sebuah kombinasi antara kesadaran, pengetahuan, keteramilan, sikap dan perilaku yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang masuk akal dan akhirnya mencapai kesejahteraan individu. Literasi keuangan membantu individu untuk memperbaiki tingkat mereka memahami masalah keuangan yang memungkinkan mereka memproses informasi keuangan dan memberi informasi keputusan tentang keuangan pribadi.

Otoritas Jasa Keuangan (2013) mendefinisikan literasi keuangan adalah suatu rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge),* ketrampilan *(skill),* dan keyakinan *(confidence)* konsumen dan masyarakat luas sehingga mampu mengelola keuangan pribadinya dengan baik. Masyarakat di Indonesia terkhusus mahasiswa masih sangat perlu peningkatan tingkat literasi keuangan. Berdasarkan hasil survey Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan tahun 2016, terdapat 67,8% masyarakat yang menggunakan produk dan layaanan keuangan. Namun hanya 29,7 %nya yang memiliki pengetahuan, ketrampilan, dan kepercayaan

yang memadai mengenai produk dan layanan keuangan. Demikian juga untuk kalangan pelajar dan mahasiswa, dengan tingkat inklusi keuangan sebesar 64,2%, tingkat literasi keuangan golongan ini masih rendah yakni sebesar 23,4%. Untuk itu pengetahuan tentang keuangan sebaiknya ditanamkan sejak dini pada masyarakat Indonesia terutama pada generasi muda sehingga mereka bisa lebih bijak dalam mengelola keuangan dan dalam berkonsumsi.

Berdasarkan berbagai pendapat diatas tentang literasi keuangan, maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan adalah kemampuan dalam mengaplikasikan pengetahuan dan pemahaman atas konsep keuangan yang digunakan untuk membuat pilihan keuangan secara bijaksana.

2.2.5.1. Aspek-Aspek Literasi Keuangan

Program International for Student Assesment (PISA, 2012:35) menyatakan literasi keuangan memiliki 4 aspek yang perlu diperhatikan, antara lain :

1) Uang dan transaksi.

   Aspek ini membahas mengenai keuangan pribadi yang berkaitan dnegan transaksi pembayaran atau pengeluaran untuk membeli kebutuhan sehari-hari.

2) Perencanaan dan pengelolaan keuangan.

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

3) *Financial landscape.*

   Aspek ini membahas tentang wawasan keuangan.

4) Risiko dan keuntungan

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

Putri & Widodo (2016) menyatakan bahwa ada tiga hal yang yang memberikan pengaruh terhadap literasi keuangan, yaitu : (a) pemanfaatan; (b) perencanaan dan pengelolaan; (c) konsumsi masa depan; (d) risiko dan keuntungan. Cameron et al. (2013) mengukur literasi keuangan berdasarkan (a) *The economic way to thinking*/cara berfikir secara ekonomi; (b) *earning income/*penghasilan; (c) *saving / menabung;* (d) *spending and using credit;* (e) *money management.* Dalam Penelitian ini, indikator yang digunakan untuk menjelaskan literasi keuangan mengambil dari aspek-aspek literasi keuangan menurut PISA (2012:35) diantaranya : (a) uang dan transaksi; (b) perencanaan dan pengelolaan keuangan; (c) *financial landscape;* (d) risiko dan keuntungan.

2.3. Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu menjadi hal penting yang perlu dilakukan. Secara umum, kajian terhadap penelitian terdahulu dimaksudkan agar hasil-hasil penelitian terdahulu busa menjadi referensi pada penelitian yang sedang dilaksanakan. Selain itu kajian terhadap penelitoan terdahulu juga dimaksudkan agar penelitian yang sedang dilaksanakan tidak terlepas dan dapat melengkapi terhadap penelitian-penelitian sejenis yang sudah pernah ada sebelumnya (Wahyudin, 2015). Penelitian terdahulu dapat dijadikan dasar dalam penyusunan penelitian, sebagai pembanding yang dapat mendukung penelitian berikutnya. Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh gaya hidup, konsep diri,

kelompok teman sebaya dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif telah dilakukan beberapa peneliti.

Rodiyah & Margunani (2017) dalam penelitiannya mengemukakan hasil bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Kelompok teman sebaya berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Besarnya pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif sebesar 6,3%. Pengaruh literasi keuangan secara parsial menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan, maka akan semakin rendah perilaku konsumtif mahasiswa, sebaliknya semakin rendah liteasi keuangan, maka semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa.

Pengaruh teman sebaya secara parsial menunjukkan bahwa semakin tinggi teman sebaya, maka semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa, sebaliknya semaki rendah teman sebaya, maka semkin rendah perilaku konsumtif. Perbedaan peneitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah terletak pada variabel X yang akan digunakan. Dimana penelitian ini hanya menggunakan teman sebaya, literasi keuangan, dan kontrol diri sedangkan penelitian yang akan dilakukan menambahkan variabel lain yaitu konsep diri dan gaya hidup.

Suminar & Meiyuntari (2015) dalam penelitiannya menghasilkan bahwa variabel konsep diri dan konformitas secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel. Pada penelitian tersebut menggunakan variabel konsep diri dan konformitas sebagai variabel independen dan. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel gaya hidup, konsep diri, dan kelompok teman sebaya sebagai variabel independen

serta literasi keuangan sebagai variabel moderasi.Berdasarkan ringkasan diatas, hasil penelitian terdahulu sebagai penelitian yang telah dilakukan tentang perilaku konsumtif disajikan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 2. 2

Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Nama Jurnal	Judul	Hasil
1.	Yasin'ta Aulia Nurachma, Sandy Arief (2017)	Economic Education Analysis Journal	Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016	1. Ada pengaruh positif status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa secara parsial sebesar 13,91%. 2. Ada pengaruh positif **kelompok teman sebaya** terhadap perilaku konsumtif siswa secara parsial sebesar 12,81%. 3. Ada pengaruh negatif ***Financial Literacy*** terhadap perilaku konsumtif siswa secara parsial sebesar 8,58%.
2.	Nurita Dewi, Rusdarti, St. Sunarto /	Journal of Economic Education	Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	1. Lingkungan keluarga berpengaruh negatif terhadap perilaku. 2. konsumtif sebesar 25,6% 3. **Literasi Keuangan** berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif sebesar 31,3%. 4. Pengendalian diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif sebesar 16,1% 5. **Teman Sebaya** berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

No	Nama Peneliti	Nama Jurnal	Judul	Hasil
3.	Jessica Gumulya dan Mariyana Widiastuti (2013)	Jurnal Psikologi	Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul	1. **Konsep diri** tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif
4.	Eva Suminar Tatik Meiyuntari (2015)	Jurnal Psikologi Indonesia	Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja	**Konsep diri** dan konformitas tidak memiliki hubungan secara signifikan dengan perilaku konsumtif remaja.
5.	Dwi Murwanti (2015)	Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaa n	Pengaruh Konsep Diri, Teman Sebaya Dan Budaya Kontemporer Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Smp Negeri 41 Surabaya	1. **Konsep diri** berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen, mengisyaratkan bahwa konsep diri yang kuat ada kecenderungan perilaku konsumtifnya juga meningkat 2. **Teman sebaya** berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, disebabkan persahabatan.
6.	Novica Ardyanti, Kardoyo (2018)	Dinamika Pendidikan	*Determinants of Consumption Behavior Among Students*	1. **Teman sebaya** mempengaruhi perilaku konsumtif sebesar 34,5%. 2. **Literasi keuangan** mempengaruhi perilaku konsumtif sebesar 12,7%.
7.	Dias Kanserina (2015)	Jurnal Pendidikan Ekonomi	Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015	1. Literasi Ekonomi berpengaruh negatif terhadap perilaku sebesar -2,470, 2. **Gaya hidup** berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif sebesar 12,839
8.	Turcinkova dan Moisidis (2011)	*Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae*	*Impact Of Reference Groups On The Teenagers' Buying Process Of*	Remaja usia 16-19 tahun di Republik Ceko secara signifikan lebih dipengaruhi oleh teman

No	Nama Peneliti	Nama Jurnal	Judul	Hasil
		Mendelianae Brunensis	*Clothing In The Czech Republic*	sebaya dan pendapat *leader* mereka ketika membeli pakaian, sehingga mendorong perilku konsumtif siswa.
9.	Indarti Kusumaningtyas, Drs. Norida Canda Sakti M.Si (2017)	Jurnal Pendidikan Ekonomi	Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IPS di SMA Negeri 1 Ta man Sidoarjo	**Literasi keuangan** tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IPS di SMA Negeri 1 Taman Sidoarjo. Oleh karena itu, semakin baik literasi keuangan maka akan menghindarkan dari perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh siswa berikut. Namun berlaku sebaliknya semakin tinggi **gaya hidup** maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh siswa berikut.
10.	Suparti (2015)	International Education Studies	*Mitigating Consumptive Behavior: The Analysis of Learning Experiences of Housewives*	1. **Literasi Keuangan** berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dengan (t-value of 6.088, p-value < 0.000). 2. **Sosiodemografi** tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif
11.	Detra Y. Montoya and Maura L. Scott (2013)	Journal of Public, Policy and Marketing	*The Effect of Lifestyle-Based Depletion on Teen Consumer Behavior*	1. **Gaya hidup** dapat mempengaruhi pola konsumsi dikalangan remaja.
12.	Risnawati, Sri Umi Mintarti W, Cipto Wardoyo (2018)	Jurnal Pendidikan: Teori,Penelitian, dan Pengembangan	Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga , Gaya Hidup , Modernitas Individu , dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku	1. Pendidikan Ekonomi Keluarga berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. 2. **Gaya Hidup** berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap perilaku

No	Nama Peneliti	Nama Jurnal	Judul	Hasil
			Konsumtif Siswa	konsumtif **3.** Modernitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif
13.	Jaenah Binti Hasanati Rodiyah, Margunani (2018)	Jurnal Pendidikan Ekonomi	Pengaruh Teman Sebaya, Literasi Keuangan, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif	1. **Teman sebaya** berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Besarnya pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif sebesar 31,36%. 2. **Literasi keuangan** berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Besarnya pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif sebesar 6,3%.
14.	Ahmad Hidayat, Candra Kurniawan (2016)	Jurnal An-Nafs	Pengaruh Konsep Diri dan Kepercayaan Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian *Gadget* Pada Mahasiswa Fakultas Hukum Non Reguler Universitas Islam Riau	1. **Konsep diri** berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. 2. Kepercayaan diri berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif
15.	Sabri Maurce& Macdonald (2010)	*Journal of Cross-Cultural Communicatio n*	*Saving Behavior and Financial Problems Among College Students : The Role of Financial in Malaysia*	Siswa yang memiliki ***Financial Litieracy*** yang tingi cenderung menyimpan uang (*saving)* dengan efektif sehigga dapat meminimaisir perilaku konsumsi
16.	Sheila Febriani	*Journal of Economic Education*	Pengaruh Literasi Keuangan Melalui	**Literasi keuangan** berpengaruh langsung.

No	Nama Peneliti	Nama Jurnal	Judul	Hasil
	Putri, Joko Widodo, S. Martono (2016)		Rasionalitas Terhadap Perilaku Konsumtif	negatif dan signifikan
17.	Kadek Yudiana , Luh Indrayani (2016)	*Journal of Economics and Sustainable Development*	*The Effect of Socio-Economy Status of Family and Peer Group on the Consumptive Behavior for the Sixth Grade Students of SD Lab Undiksha Singaraja*	**Kelompok Teman Sebaya** berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif.
18.	Dwi Murwanti (2015)	Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaa n	Pengaruh Konsep Diri, Teman Sebaya Dan Budaya Kontemporer Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Smp Negeri 41 Surabaya	1. **Konsep diri** berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen, mengisyaratkan bahwa konsep diri yang kuat ada kecenderungan perilaku konsumtifnya juga meningkat apabila ada konflik. 2. **Teman sebaya** berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif,. disebabkan persahabatan
19.	Agus Wigianto, Agus Wahyudin (2017)	*Economic Education Analysis Journal*	*Financial Literacy* Dan *Self Control* Dalam Memdiasi Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Terdapat pengaruh secara signifikan positif konsep diri, financial literacy, serta self control terhadap perilaku konsumtif mahasiswa,

.

Penelitian ini akan mencoba menguji kembali apakah variabel-variabel yang mempengaruhi perilaku konsumtif seperti gaya hidup, kelompok teman sebaya,

dan konsep diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi pada siswa kelas XI IPS SMA N 1 Kendal.

2.4. Kerangka Berfikir

2.4.1. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Gaya hidup lebih menunjukkan pada bagimana individu menjalankan kehidupannya. Persepektif ekonomi, gaya hidup menunjukkan pada bagaimana seseorang mengalokasikan pendapatannya, dan memilih produk maupun jasa dan berbagai pilihan lainnya ketika memilih alternatif dalam satu kategori jenis produk yang ada (Suryani, 2013:57). Gaya hidup secara luas dapat didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasikan oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka (aktivitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungan (ketertarikan), dan apa yag mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia sekitarnya (Setiadi, 2003:148).

Theory Planned Behaviour mengungkapkan bahwa faktor latar belakang yaitu personal dapat mempengaruhi sikap dan perilaku individu terhadap suatu hal. Perilaku yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perilaku pembelian barang dan jasa yang berlebihan yang mengakibatkan perilaku konsumtif. Dalam penelitian ini variabel yang berhubungan dengan personal, yaitu gaya hidup. Menurut Sumarwan (2014:45) gaya hidup berbeda dengan kepribadian, walaupun kedua konsep tersebut berbeda namun gaya hidup dan kepribadian saling berhubungan. Meskipun konsep gaya hidup dan kepribadian berbeda, namun sebagai karakteristik psikologi yang melekat pada individu, keduanya terkait erat (Suryani, 2013:57).

Gaya hidup akan bergerak secara dinamis, gaya hidup suatu individu dan masyarakat akan berubah seiring perkembangan zaman. Perkembangan zaman serta teknologi yang canggih akan menciptakan gaya hidup seperti gaya berpakaian, gaya berbicara, maupun gaya hidup yang konsumtif dalam kehidupan sehari-hari. Perubahan gaya hidup ini akan cepat mempengaruhi masyarakat dan individu tak terkecuali siswa. Gaya hidup siswa dapat mempengaruhi perilaku konsumtif, perubahan gaya hidup siswa selain konsumtif pada pemakaian produk *branded,* juga seringnya mereka nongkrong di cafe, belanja di *mall*, dsb. Gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal disekitarnya dan seberapa jauh dia peduli dengan hal itu dan juga apa yang dia pikirkan tentang dirinya sendiri dan juga dunia luar (Kusumaningtyas & Sakti, 2017).

Dalam uraian diatas dapat disimpulkan semakin tinggi gaya hidup siswa akan semakin tinggi perilaku konsumtif, sebaliknya semakin rendah gaya hidup siswa akan semakin rendah perilaku konsumtif. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Budanti et al. (2015) bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Semakin mewah gaya hidup dan hedonisme seseorang maka akan meningkatkan perilaku konsumsi yang sifatnya irasional (konsumtif). Sebaliknya, menurunnya gaya hidup mewah dan hedonisme, maka akan menurunkan pula tingkat perilaku konsumtifnya, artinya perilaku konsumsinya akan semakin rasional.

Gaya hidup yang mewah akan mendorong kebutuhan siswa akan barang dan jasa yang mewah pula. Begitu pula penelitian yang dilakukan oleh

Kusumaningtyas & Sakti (2017) dimana gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi gaya hidup maka akan semakin tinggi pola perilaku konsumtif. Berdasarkan penelitian yang dilakukan tersebut, telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Sehingga gaya hidup dapat mempengaruhi siswa untuk berperilaku konsumtif.

2.4.2. Pengaruh Konsep Diri terhadap Perilaku Konsumtif

Theory planned behavior mengungkapkan bahwa faktor latar belakang yaitu personal dapat mempengaruhi sikap dan perilaku individu terhadap suatu hal. Perilaku yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perilaku pembelian barang dan jasa yang berlebihan yang mengakibatkan perilaku konsumtif. Dalam penelitian ini variabel yang berhubungan dengan personal, yaitu konsep diri. Hawkins dan Motherbaugh (2010) dalam Sumarwan (2014) menyatakan bahwa konsep diri merupakan perasan seseorang terhadap dirinya. Konsep diri seseorang menggambarkan bagaimana sikap orang tersebut kepada dirinya (Ermawati & E.P, 2011). Konsep diri yang positif berarti kemampuan memahami tentang kelebihan serta kekurangan yang dimilikinya. Individu yang memiliki konsep diri positif tidak merasa rendah diri dengan kekurangannya, dan berusaha meminimalisir kekurangan yang dimilikinya.

Konsep diri positif akan membuat individu merasa senang karena individu tersebut akan secara suka cita menerima kondisi diri. Sebaliknya konsep diri negatif adalah indivdu yang merasa rendah diri dengan kekurangan yang ada pada dirinya dan tidak memiliki pendirian teguh sehingga cenderung mudah terbujuk

rayu untuk melakukan konformitas sesuai dengan kelompok referensinya. Konsep diri yang negatif hanya memperhatikan diri sendiri sepanjang waktu, tidak pernah merasa puas, selalu takut kehilangan sesuatu, takut tidak diakui, iri kepada mereka yang mempunyai kelebihan (Wijayanti & Astiti, 2017). Siswa yang percaya diri dan merasa dirinya sudah layak mereka akan menghindari perilaku konsumtif. Siswa yang memiliki konsep diri rendah cenderung akan merasa kurang percaya diri dengan dirinya sendiri. Maka dari itu siswa akan memperhatikan penampilannya agar terlihat lebih percaya diri dan diterima di lingkungannya.

Beberapa penelitian tentang konsep diri telah dilakukan.Wijayanti & Astiti (2017) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa konsep diri dan perilaku konsumtif memiliki hubungan yang negatif. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi perilaku konsumtif, maka semakin rendah konsep diri. Sejalan penelitian yang dilakukan Ermawati & E.P (2011) terdapat hubungan yang negatif antara konsep diri dengan perilaku konsumtif siswa yang berartikan bahwa semakin tinggi konsep diri maka semakin rendah tingkat perilaku konsumtif siswa. Berdasarkan penelitian yang dilakukan tersebut, telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif. Sehingga konsep diri dapat mempengaruhi siswa untuk berperilaku konsumtif.

2.4.3. Pengaruh Kelompok Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif

Suryani (2008:248) menyatakan bahwa kelompok teman sebaya merupakan lingkungan sosial dan tempat berinteraksi yang secara langsung atau tidak langsung akan mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Sumarwan (2014) masing-masing kelompok dimana konsumen menjadi anggotanya akan

mempengaruhi perilaku pembelian dan konsumsi dari konsumen tersebut. *Theory planned behavior* menyatakan bahwa keyakinan normatif *(Normatif Beliefs)* berkaitan langsung dengan pengaruh lingkungan yang secara tegas dikemukakan oleh Lewin dalam *Field Theory*. Pendapat Lewin ini digaris bawahi juga oleh Ajzen mealui *perceived behavioural control*. Menurut Ajzen (2005), faktor lingkungan sosial khususnya orang-orang yang berpengaruh bagi kehidupan individu *(significant others)* dapat mempengaruhi keputusan individu. Dalam hal ini orang-orang yang berpengaruh bagi kehidupan individu (siswa) salah satunya adalah kelompok teman sebayanya. Keputusan individu yaitu keputusan dalam mengonsumsi barang dan jasa.

Sebagai makhluk sosial, manusia tidak bisa hidup sendiri tanpa kehadiran orang lain. Manusia akan bersosialisasi dengan orang lain dengan proses interaksi sosial. Manusia akan berinteraksi antara individu ataupun individu dengan kelompok. Siswa sebagai seorang remaja biasanya akan berinteraksi dan bergaul dengan kelompok teman sebayanya. Siswa akan merasa nyaman berinteraksi dengan teman sebayanya karena rentan usianya yang tidak jauh menyebabkan pola pikir dan keinginan yang sama yang dapat mempengaruhi satu sama lain. Sebagai seorang siswa, tentu saja interaksi bersama kelompok teman sebayanya akan lebih sering dari pada interaksi dengan keluarga dan orang tua dirumah. Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan maka dapat diidentifikasi bahwa kelompok teman sebaya dapat mempengaruhi individu dalam mengonsumsi barang dan jasa. Hasil penelitian Rodiyah & Margunani (2017) menghasilkan bahwa teman sebaya berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Pengaruh teman sebaya secara parsial menunjukkan bahwa semakin tinggi teman sebaya, maka semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa, sebaliknya semakin rendah teman sebaya, maka semakin rendah perilaku konsumtif mahasiswa.

Turčínková & Moisidis (2011) Bahwa usia remaja 16-19 tahun beranggapan bahwa merk pakaian adalah penting bagi mereka. Dan untuk membeli merk pakaian sangat mudah dipengaruhi oleh kelompok teman sebayanya. Selain itu pada penelitian Dewi et al. (2017) menunjukkan bahwa semakin tinggi pengaruh teman sebaya maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif. Besar pengaruh yang sangat tinggi maka akan mendorong perilaku konsumtif mahasiswa yang semakin mengarah kearah pemborosan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan tersebut, telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. Sehingga kelompok teman sebaya dapat mempengaruhi siswa untuk berperilaku konsumtif.

2.4.4. Peran Literasi Keuangan dalam Memoderasi Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Menurut Chen dan Volpe dalam Wigatin & Wahyudin (2017) mengungkapkan literasi keuangan menunjukkan pemahaman keuangan mengenai pengetahuan umum keuangan, investasi, tabungan, dan asuransi. Semakin tinggi literasi keuangan menyebabkan individu dapat mengelola keuangan dengan baik, sehingga individu tidak perlu mengeluarkan uang lebih dari yang seharusnya (Imawati, 2013). Menurut Sumarwan (2014) Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah. Di era sekarang banyak siswa yang mengikuti gaya hidup mewah dimana seharusnya siswa yang mayoritas masih mendapatkan

pendapatan dari orang tua sehingga diharapkan dapat menyesuaikan diri dan mengelola keuangannya dengan baik. Gaya hidup mewah siswa akan berimbas pada perilaku pembeliannya. Pengetahuan mengenai keuangan berupa pengetahuan mengenai manajemen keuangan menjadi salah satu dasar bagi seseorang dalam mengatur keuangan pribadinya.

Literasi keuangan dapat dijadikan sebagai variabel moderasi yaitu variabel yang memperkuat atau memperlemah pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Hubungan literasi keuangan yang memperkuat pengaruh gaya hidup perilaku konsumtif, ketika gaya hidup seseorang tinggi namun tidak diikuti dengan banyaknya pengetahuan tentang literasi keuangan maka akan memperlemah pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif, begitu sebaliknya. Apabila seseorang memiliki gaya hidup rendah namun diikuti dengan pengetahuan tentang literasi keuangan maka dengan segala kemampuan pengetahuannya akan mengupayakan agar dirinya tidak berperilaku konsumtif.

Model teoritik dari *theory planned behavior* mengandung beberapa variabel yang salah satunya yaitu keyakinan dari dalam diri individu. Keyakinan dari dalam individu, suatu perilaku yang dilaksanakan *(control beliefs)* dapat diperoleh dari berbagai hal yaitu pengetahuan, ketrampilan, dan pengalaman. Sumarwan (2014:12) menyatakan bahwa pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut, dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagi konsumen. Pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian. Ketika konsumen memiliki

pengetahuan yang lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan, ia akan lebih efisien dan lebih tepat dalam mengelola informasi dan mampu me*re*call informasi dengan lebih baik (Oktafikasari & Mahmud, 2017).

Penelitian tentang pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif telah dilakukan. Penelitian yang dilakukan oleh Sutriati et al. (2018) dan Budanti et al. (2015) menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Pengetahuan tentang keuangan yang telah didapatkan siswa di sekolah dapat diaplikasikan siswa sehingga diharapkan bisa mengubah siswa dari gaya hidup mewah dan terhindar dari perilaku konsumtif. Literasi keuangan akan mempengaruhi gaya hidup seseorang menjadi tidak boros sehingga terhindar dari perilaku konsumtif (Kusumaningtyas & Sakti, 2017). Namun penelitian Risnawati, W, & Wardoyo (2018) menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan penelitian terdahulu, menunjukkan bahwa variabel gaya hidup menunjukkan pengaruh yang inkonsisten/fluktuatif terhadap perilaku konsumtif. Keterkaitan teori dan penelitian-penelitian sebelumnya, menimbulkan dugaan bahwa literasi keuangan diduga memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

2.4.5. Peran Literasi Keuangan dalam Memoderasi Konsep Diri terhadap Perilaku Konsumtif

Literasi keuangan adalah kemampuan dalam mengaplikasikan pengetahuan dan pemahaman atas konsep keuangan yang digunakan untuk membuat pilihan keuangan secara bijaksana. Seseorang yang tidak dapat mengatur keuangannya dengan baik, akan memiliki masalah dimasa yang akan datang. PISA (2012)

menyatakan bahwa literasi keuangan secara positif dapat mendorong perubahan perilaku seseorang dalam membelanjakan uangnya. Suparti (2016) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa literasi keuangan secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumtif. Literasi keuangan dapat membantu seseorang dalam mengelola keuanganya dengan baik. Literasi keuangan dapat dijadikan sebagai variabel moderasi yaitu variabel yang memperkuat atau memperlemah pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif.

Hubungan literasi keuangan yang memperkuat pengaruh konsep diri dan perilaku konsumtif, ketika konsep diri seseorang dan diikuti dengan banyaknya pengetahuan tentang literasi keuangan maka akan memperlemah pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif, begitu sebaliknya. Dalam *theory planned behaviour* yang dikemukakan oleh (Ajzen, 2005) yaitu keyakinan dari dalam individu adalah perilaku yang dilaksanakan (*control belief)* dapat diperoleh dari berbagai hal, pertama adalah melakukan perilaku yang sama sebelumnya atau pengalaman yang diperoleh karena melihat orang lain misalnya teman, keluarga dekat dalam melaksanakan perilaku itu sehingga ia memiliki keyakinan bahwa ia pun akan dapat melaksanakannya. Selain pengetahuan, ketrampilan, dan pengalaman, keyakinan individu mengenai suatu perilaku akan dapat dilaksanakan ditentukan juga oleh ketersediaan waktu untuk melaksanakan perilaku tersebut, tersedianya fasilitas untuk melaksanakannya, dan memiliki kemampuan untuk mengatasi setiap kesulitan yang menghambat pelaksanaan perilaku.

Wijayanti & Astiti (2017), Ermawati & E.P (2011), Gumulya & Widiastuti (2012) dan Hidayat & Kurniawan (2016) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa konsep diri dan perilaku konsumtif memiliki hubungan yang positif. Namun penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suminar & Meiyuntari (2015) dan Murwanti (2017) yang menyatakan bahwa konsep diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan beberapa hasil penelitian, dapat dilihat adanya hasil yang tidak konsisten pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif. Konsep diri seseorang menggambarkan bagaimana sikap orang tersebut kepada dirinya. Ermawati & E.P (2011) konsep diri yang positif berarti kemampuan memahami tentang kelebihan serta kekurangan yang dimilikinya.Individu yang memiliki konsep diri positif tidak merasa rendah diri dengan kekurangannya, dan berusaha meminimalisir kekurangan yang dimilikinya.

Berdasarkan penelitian terdahulu, menunjukkan bahwa variabel konsep diri menunjukkan pengaruh yang inkonsisten/fluktuatif terhadap perilaku konsumtif. Keterkaitan teori dan penelitian-penelitian sebelumnya, menimbulkan dugaan bahwa literasi keuangan diduga memoderasi pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif.

2.4.6. Peran Literasi Keuangan dalam Memoderasi Kelompok Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif

The Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD,2017) dalam Oktafikasari & Mahmud (2017) menjelaskan bahwa literasi keuangan merupakan sebuah kombinasi antara kesadaran, pengetahuan,

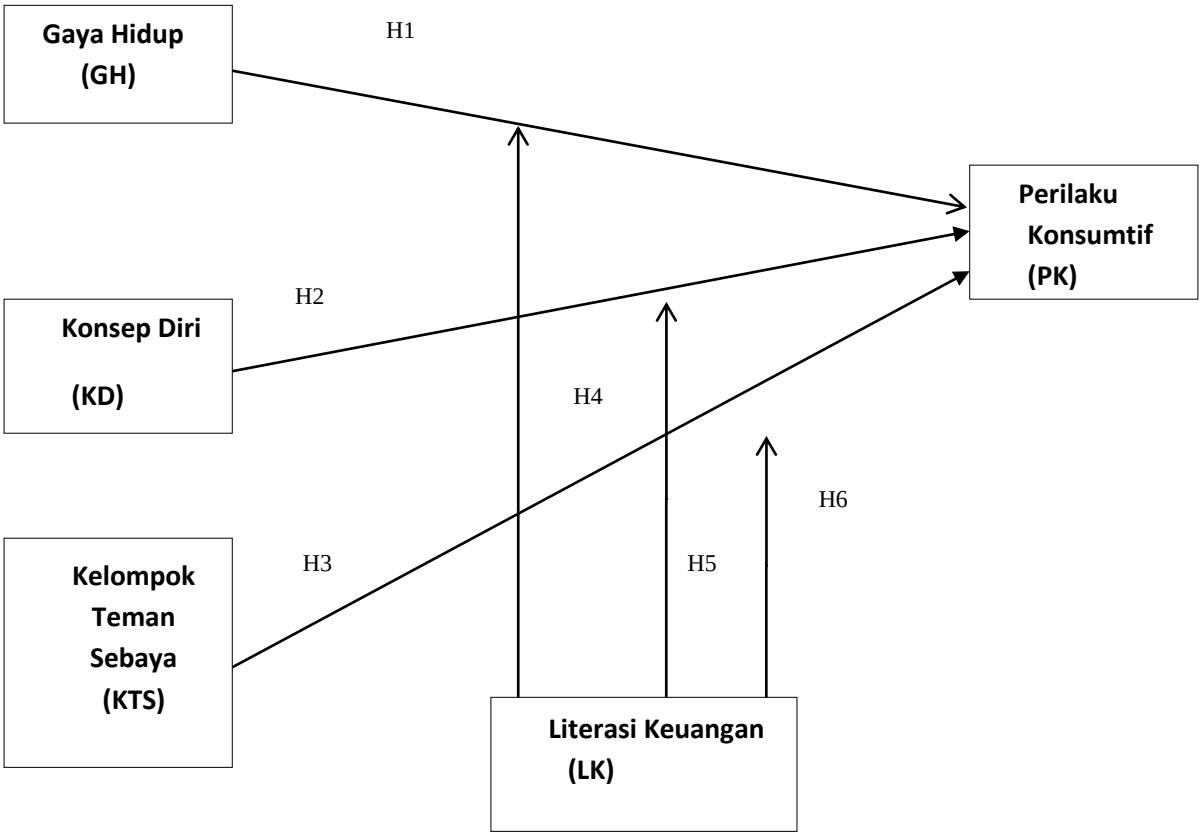
ketrampilan, sikap dan perilaku yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang masuk akal dan akhirnya mencapai kesejahteraan individu. Siswa yang memiliki litersi keuangan yang tingi cenderung menyimpan uang (*saving)* dengan efektif sehigga dapat meminimaisir perilaku konsumsi (Sabri,& MacDonald, 2010)**.** Suryani (2008) menyatakan bahwa kelompok teman sebaya merupakan lingkungan sosial dan tempat berinteraksi yang secara langsung atau tidak langsung akan mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Kelompok teman sebaya memiliki pengaruh kuat pada siswa karena siswa lebih sering menghabiskan waktu diluar rumah dan intensitas bertemu dengan keluarga semakin kurang, lalu berinteraksi bersama teman-teman sebayanya sehingga dapat diketahui pengaruh teman-teman sebaya pada seorang siswa lebih besar dari pada pengaruh keluarga.

Dalam *theory planned behavior* yaitu konsep perilaku yang dirasakan (*peceived behavioral control)* yang menyatakanbahwa faktor informasi yaitu pengetahuan dapat mengontrol intensi dan perilaku yang diyakininya. Pengetahuan literasi keuangan tidak terlepas dari faktor teman sebaya. Menurut Sumarwan (2014) fakor-faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif yaitu motivasi, kepribadian, konsep diri, pengolahan informasi dan persepsi, proses belajar, pengetahuan, sikap, agama, budaya, karakteristik demografi, sosial dan ekonomi, keluarga, kelompok acuan, lingkungan dan situasi konsumen, dan teknologi. Penelitian yang dilakukan oleh Murisal (2012) menunjukkan bahwa kelompok teman sebaya mempengaruhi perilaku konsumtif. Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Yudiana (2016) dan (Ardyanti & Kardoyo, 2015).

Namun penelitian yang dilakukan oleh Wahidah, Asriati, & Achmadi (2018) menyatakan bahwa kelompok teman sebaya tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif

Pengaruh kelompok teman sebaya memiliki dampak yang positif dan negatif. Kelompok teman sebaya dapat memberikan manfaat yang baik salah satunya dapat memberikan pengetahuan tentang pengelolaan keuangan yang baik. Sementara dampak teman sebaya yang negatif akan mengakibatkan seseoaang tidak dapat melakukan pengelolaan keuangan dengan baik dan pada akhirnya tidak bisa mengontrol nafsu "kalap matanya" jika begitu akan menimbulkan perilaku konsumtif. Imawati (2013) dalam penelitianya mengungkapkan bahwa terdapat hubungan yang negatif antara pengaruh litersai keuangan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini berarti meningkatnya literasi keuanagan akan menurunkan perilaku konsumtif. Dengan demikian, seseorang yang memiliki pengelolaan keuangan yang bagus akan membatasi diri untuk membeli barang-barang yang sekiranya belum dibutuhkan.

Berdasarkan penelitian terdahulu, menunjukkan bahwa variabel kelompok teman sebaya menunjukkan pengaruh yang inkonsisten/fluktuatif terhadap perilaku konsumtif. Keterkaitan teori dan penelitian-penelitian sebelumnya, menimbulkan dugaan bahwa literasi keuangan diduga memoderasi pengaruh kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan uraian kerangka berfikir diatas, dapat disusun skema kerangka pemikiran peran literasi keuangan dalam memoderasi pengaruh gaya hidup, konsep diri, dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif siswa sebagai berikut :



Gambar 2. 2 Skema Kerangka Berfikir

2.5. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka berpikir yang telah diuraikan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1 : Gaya hidup bepengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

H2 : Konsep diri bepengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif.

H3 : Kelompok teman sebaya bepengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

H4 : Literasi keuangan memperkuat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

H5 : Literasi keuangan memperkuat pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif.

H6 : Literasi keuangan memperkuat pengaruh kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif.

BAB V
PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1) Gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif siswa SMA. Hal ini berarti semakin tinggi gaya hidup siswa maka akan semakin tinggi perilaku konsumtifnya.
2) Konsep diri tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa SMA. Hal ini berarti semakin rendah konsep diri yang dimiliki siswa maka akan semakin tinggi perilaku konsumtifnya.
3) Kelompok teman sebaya berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif perilaku konsumtif siswa SMA. Hal ini berarti semakin tinggi kelompok teman sebaya yang dimiliki siswa maka akan semakin tinggi perilaku konsumtifnya.
4) Literasi keuangan tidak mampu memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif siswa SMA. Hal ini berarti literasi keuangan tidak mampu memperlemah atau memperkuat hubungan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif siswa SMA.
5) Literasi keuangan mampu memoderasi pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif siswa SMA. Hal ini berarti tingkat literasi keuangan dalam memberikan stimulus pada konsep diri seseorang sangat diperlukan terutama bagi siswa.

6) Literasi keuangan mampu memoderasi pengaruh kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif siswa SMA. Hal ini berarti tingkat literasi keuangan dalam memberikan stimulus pada kelompok teman sebaya seseorang sangat diperlukan terutama bagi siswa.

5.2. Saran

Berdasarkan telaah teoritik dan hasil penelitian yang telah dilakukakn, maka saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut :

1) Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif siswa. Upaya yang dapat dilakukan untuk mengurangi perilaku konsumtif adalah dengan menyaring gaya hidup yang belum sesuai dengan siswa. Misalnya siswa yang sering pergi ke Mall, dapat mengurangi aktivitas tersebut dan menggunakan uang sakunya untuk keperluan sekolah ataupun menabung. Bagi guru BK perlu memberikan materi yang berkaitan dengan gaya hidup hedonis maupun pembelian impulsif melalui pelayanan untuk pencegahan perilaku konsumtif.
2) Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelompok teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa rasa keterikatan dalam kelompok teman sebaya memberikan pengaruh dalam pengambilan keputusan siswa terutama dalam berkonsumsi. Maka dari itu, untuk mengurangi perilaku konsumtif siswa dapat membuat anggaran pengeluaran misalnya selama 1 minggu, agar siswa dapat mengontrol keuangannya sehingga ketika teman sebaya memberi pengaruh untuk berbelanja terkait sesuatu yang kurang dibutuhkan siswa dapat mengontrol

pengaruh tersebut. Kemudian siswa dapat mengisi waktu luang dengan kegiatan positif misalnya membaca.

3) Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dapat memoderasi pengaruh konsep diri terhadap literasi keuangan. Edukasi keuangan sangat penting dalam membentuk seseorang yang mana akan memberikan pengetahuan mengenai konsep keuangan agar dapat mengatur pengeluaran kepentingan pribadi secara efektif dan bijaksana. Misalkan pihak guru mengajak siswa berkunjung ke lembaga keuangan atau pun produk jasa keuangan disekitar lingkungan sekolah agar meningkatkan literasi keuangan siswa.
4) Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dapat memoderasi pengaruh kelompok teman sebaya terhadap literasi keuangan. Sekolah sebaiknya mengajarkan kebiasaan-kebiasan yang lebih produktif siswa dalam membelanjakan uangnya sebagai upaya peningkatan pengetahuan literasi keuangan siswa. Misalnya sosialisasi menabung di jasa keuangan beserta keuntungaan menabung. Pihak sekolah khsususnya guru BK dapat memberikan layanan konseling khususnya tentang bagaimana membuat skalaprioritas dancara memilihteman yang dapat berpengaruh baik bagi perkembangan diri siswa.
5) Pada peneliti selanjutnya, disarankan agar melakukan pengembangan model penelitian dengan mengkaji faktor lain yang belum terungkap dalam penelitian ini, baik dari faktor dalam individu maupun dari faktor di luar individu. Penelitan selanjutnya sebaiknya fokus dalam meneliti variabel literasi keuangan namun

dengan indikator pengukuran yang berbeda terutama dalam hal pengelolaan keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Persoality, and Behavior*. USA: Open University Press.

Ardyanti, N., & Kardoyo. (2015). *Determinants of Consumption Behavior Among Students*. *10*(2), 136–144. https://doi.org/10.15294/dp.v10i2.5100

Astuti, R. P. . (2016). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi Dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Ikip Pgri Bojonegoro. *Jurnal Edutama*, *3,No. 2 Ju*, 49–58.

Budanti, H. S., Indriayu, M., & Sabandi, M. (2015). Pengaruh Lingkungan Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fkip Uns. *Budanti,Hartiyanti Sadu, Mintasih Indriayu & Muhammad Sabandi*, 1–14.

Cameron, M. P., Calderwood, R., Cox, A., Lim, S., & Yamaoka, M. (2013). *Factors Associated with Financial Literacy among High School Students* (Vol. 64).

Dewi, N., Rusdarti, & Sunarto, S. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga , Teman Sebaya , Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *6*(1), 29–35. https://doi.org/ISSN : 2301-7341

Ermawati, E., & E.P, I. (2011). Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di SMP N 1 Piyungan. *Jurnal Spirits*, *2*(1), 1–12. https://doi.org/10.1161/01.STR.32.1.139

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Mulltivariate Dengan Program IBM SPSS 21, Upgrade PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.

Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2012). *Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul*.

Harli, F. C., Linawati, N., Memarista, G., Ekonomi, F., Petra, U. K., &

Siwalankerto, J. (2015). *Pengaruh Financial Literacy dan Faktor Sosiodemografi Terhadap Perilaku Konsumtif*. *3*(1), 58–62.

Hidayat, A., & Kurniawan, C. (2016). Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Fakultas Hukum Non Reguler Universitas Islam Riau. *An-Nafs*, *10*(01).

Imawati, I. & S. & I. (2013). Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013. *Jupe UNS*, *2 No.1*(1), 48–58. https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004

Kanserina, D. (2015). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA 2015. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi*, *5*(1).

Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. (2001).*Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Kedelapan Jilid 1*. Terjemahan Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.

Kusumaningtyas, I., & Sakti, N. C. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhada Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI di SMA Negeri 1 Taman Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, *V No. 3*.

Mangkunegara, P. A. (2009). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Rafika Aditama.

Murisal. (2012). Pengaruh Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Puteri. *Jurnal Ilmiah Kajian Gender*, 198–218.

Murwanti, D. (2017). Pengaruh Konsep diri, Teman Sebaya dan Budaya Kontemporer Terhadap erilaku Konsumtif Siswa SMP Negeri 41 Surabaya. *Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, *5*, 38–51.

Nurachma, Y. A. (2017). Konsumtif Pada Siswa Kelas Xi Sma Negeri. *Economic Education Analysis Journal*, *2*(1), 489–500.

Octaviani, C., & Kartasasmita, S. (2017). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Kosmetik Pada Wanita Dewasa Awal. *Jurnal Muara Ilmu Sosial,Humaniora,Dan Seni*, *Vol.1*, *No.*, 126–133.

Oktafikasari, E., & Mahmud, A. (2017). Konformitas Hedonis dan Literasi Ekonomi Tehadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Konsumtif (Studi Kasus pada Mahasiswa Bidikmis 2014 di Universitas Negeri Semarang).*Economic Education AnalysisJournal,4(2),496-508*

Patricia, N. L., & Handayani, S. (2007). *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan " X ."*

PISA. (2012). *PISA 2012 Results: Students and Money financial literacy skills for the 21st century*. OECD.

Putri, S. F., Widodo, J., & Martono, S. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Melalui Rasionalitas Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Siswa Kelas XI Ilmu Sosial SMA Negeri se-Kota Semarang). *Journal of Economic Education*, *5*(2), 179–192.

Risnawati, W, S. U. M., & Wardoyo, C. (2018). Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga , Gaya Hidup , Modernitas Individu , dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Siswa. *Jurnal Pendidikan: Teori,Penelitian, Dan Pengembangan*, *3 Nomor:4*, 430–436.

Rodiyah, J. B. H., & Margunani. (2017). Pengaruh Teman Sebaya, Literasi Keuangan, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, *6*(3), 684–697.

Sabri, M., Sabri, M. F., & MacDonald, M. (2010). Savings Behavior and Financial Problems among College Students: The Role of Financial Literacy in Malaysia. *Cross-Cultural Communication*, *6*(3), 103–110. https://doi.org/10.3968/j.ccc.1923670020100603.009

Santosa, S. (2004). *Dinamika kelompok*. Jakarta: Bumi Aksara.

Sembiring, A. (2008). *Perilaku Konsumtif Remaja*.

Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran)*. Jakarta: Prenada Media.

Simamora, B. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sudjana.(2005).*Metoda Statistika*.Bandung:Tarsito.

Sugiyono. (2015). *metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatf, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumartono. (2002). *Terprangkap dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan*

Televisi). Bandung: Alfabeta.

Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapanya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Suminar, Eva; Meiyuntari, T. (2015). Konsep diri, Konformitas, dan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Jurnal Psikologi Indonesia*, *4*(02), 145–152.

Suparti, S. (2016). Mitigating Consumptive Behavior: The Analysis of Learning Experiences of Housewives. *International Education Studies*, *9*(3), 114. https://doi.org/10.5539/ies.v9n3p114

Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sutriati, Kartikowati, S., & Riadi, R. (2018). Pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa jurusan pendidikan ilmu pengetahuan sosial fkip universitas riau. *JOM FKIP*, *5*, 1–10.

Tambunan, T. T. H. (2001). *Perekonomian Indonesia Teori dan Temuan Empiris*. Jakarta: Grafindo Media Pratama.

Toth, M. (2014). The Role of Self-Concept in Consumer Behavior By. *UNLV Theses, Dissertations, Professional Papers, and Capstones. 2161*.

Turčínková, J., & Moisidis, J. (2011). Impact of reference groups on the teenagers' buying process of clothing in the Czech Republic. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, *59*(7), 489–496. https://doi.org/10.11118/actaun201159070489

Wahidah, N., Asriati, N., & Achmadi. (2018). Pengaruh Rasionalitas Ekonomi dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, *7*, *No 4*.

Wahyudin, A. (2015). *Metodologi Penelitian (Penelitian Bisnis & Pendidikan)*. Semarang: Unnes Press.

Wells, W. D., & Douglas. (1971). Activities, Interests, Opinions. *Journal on*

Advertising Research 11, pp 27-35.

Wigatin, A., & Wahyudin, A. (2017). Financial Literacy Dan Self Control Dalam Memdiasi Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Economic Education Analysis Journal*, *3*(1), 1–13.

Wijayanti, A., & Astiti, D. P. (2017). Konsumtif Remaja Di Kota Denpasar. *4*(1), 41–49.

Yudiana, K. (2016). *The Effect of Socio-Economy Status of Family and Peer Group on the Consumptive Behavior for the Sixth Grade Students of SD Lab Undiksha Singaraja*. *7*(24), 66–70.

Yusuf, S. L. (2009). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya..