



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

Yasin'ta Aulia Nurachma, Sandy Arief

Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Diterima Oktober 2016
Disetujui Oktober 2016
Dipublikasikan
Juni 2017

Keywords:
Consumer Behavior, Socio-Economic Status Of Parents, Peer Groups And Financial Literacy

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan pengaruh status sosial ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya dan *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif siswa, baik secara simultan maupun parsial. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang tahun ajaran 2015/2016 yang berjumlah 131 siswa. Metode pengumpulan data berupa angket. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (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%, dan (3) ada pengaruh negatif *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif siswa secara parsial sebesar 8,58%. Status sosial ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya dan *financial literacy* secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa sebesar 35%.

Abstract

The purpose of this study is to describe influence of socio-economic status of parents, peer groups and financial literacy of the consumptive behavior of students, either simultaneously or partially. The population in this research were students XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Academic Year 2015/2016, totally 131 students. Methods in the form of a questionnaire. The analytical method used is descriptive statistical analysis and multiple linear regression analysis. Based on the results of the search are (1) the positive influence of socio-economic status of parents to the students consumptive behavior partially level is 13.91%, (2) the positive influence of peer groups to the students consumptive behavior partially level is 12.81%, and (3) the negative influence of financial literacy to the students consumptive behavior partially level is 8.58%. Socio-economic status of parents, peer groups and financial literacy simultaneously influence to the students consumptive behavior is level 35%.

© 2017 Universitas Negeri Semarang

Alamat korespondensi:
Gedung L1 Lantai 1 FE Unnes
Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229
E-mail: yasintaaulia19@yahoo.com

p-ISSN 2252-6544
e-ISSN 2502-356X

PENDAHULUAN

Manusia membutuhkan makanan, minuman, tempat tinggal, kebutuhan rasa puas dan kebutuhan fisik lainnya. Kebutuhan tersebut sifatnya harus dipenuhi untuk kelangsungan hidup, sebab ketika kebutuhan tidak segera dipenuhi maka akan membahayakan kelangsungan hidup manusia itu sendiri. Namun, seringkali manusia merasa tidak puas akan kebutuhannya, apabila kebutuhan manusia sudah terpenuhi, maka kebutuhan yang lainnya akan muncul. Kebutuhan lain ini seperti mengonsumsi barang. Mengonsumsi barang akan menimbulkan masalah ketika seseorang lebih mementingkan keinginan dibandingkan kebutuhan terlebih dahulu. Sehingga sering kali mereka mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan, atau dapat dikatakan sebagai perilaku konsumtif (Sembiring, 2008)

Perilaku konsumtif tidak boleh dibiarkan begitu saja, sebab dapat membahayakan kelangsungan hidup manusia apalagi ketika perilaku konsumtif ini terus berjalan akan berdampak negatif bagi perekonomian seseorang. Hal ini akan menjadi lebih buruk apabila dialami bukan hanya orang dewasa tetapi remaja pada khususnya dalam masa tumbuh kembang mereka mencari jati diri. Jati diri inilah yang nantinya akan menentukan kehidupan seseorang dimasa depan. masa remaja merupakan masa peralihan.

Rifa'i dan Anni (2012) menyatakan, dalam setiap periode peralihan status individu tidak jelas dan terdapat keraguan akan peran yang harus dilakukan. Pada masa ini remaja bukan lagi seorang anak kecil dan juga bukan orang dewasa. Di lain pihak, status remaja yang tidak jelas ini juga menguntungkan karena remaja dapat mencoba gaya hidup yang berbeda dan menentukan pola perilaku yang paling sesuai dengan dirinya. Remaja saat ini banyak sekali tekanan yang mereka dapatkan, seperti dari kondisi lingkungan, serta perkembangan teknologi yang semakin pesat. Remaja kini juga banyak terjebak dalam kehidupan konsumtif, seperti rela mengeluarkan uangnya untuk memenuhi keinginan bukan untuk kebutuhan.

Dalam kesehariannya, remaja menghabiskan uang mereka untuk membeli makanan, pakaian, perangkat elektronik, hiburan, dan sebagainya. Semua ini dilakukan remaja hanya untuk pamer dan mengikuti gengsi. Seperti diketahui bahwa masa remaja merupakan fase di mana mereka masih dalam situasi *labil*. Terkadang, jika keinginannya tidak terpenuhi akan timbul rasa kecewa, marah, dan tingkah laku lain yang dapat merugikan diri sendiri serta orang lain. Bahkan remaja akan melakukan segala cara untuk memenuhi konsumsinya. Perilaku konsumtif sendiri menggambarkan keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal (Tambunan, 2001).

Berdasarkan hasil observasi menunjukkan bahwa pengeluaran konsumsi siswa kelas XI IPS di SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016 untuk kebutuhan jajan lebih tinggi nilainya dibandingkan dengan pengeluaran siswa untuk kebutuhan belajar yang merupakan investasi bagi masa depan. Selain itu siswa yang defisit lebih banyak dibandingkan dengan imbas dan surplusnya dengan rata-rata uang saku perbulan. Hasil rata-rata yang diperoleh dari 65 siswa menunjukkan defisit sebesar Rp. (93.061) dapat dilihat total uang saku perbulan yang diberikan orangtua dengan kegunaan uang saku berdasarkan kategori jajan, transportasi, kebutuhan belajar dan kebutuhan lain-lain. Walaupun kegunaan uang saku untuk jajan ini lebih tinggi daripada kegunaan uang saku 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 Kesatrian 1 Semarang. Dari hasil wawancara diperoleh hasil bahwa siswa pertama menyatakan kegunaan uang saku untuk jajan biasanya untuk membeli makan pada jam istirahat kedua, atau membeli makan seperlunya saja. Terkadang uang saku yang diberikan orangtua pun utuh dan tidak dipergunakan sama sekali kecuali untuk kebutuhan belajar yaitu membeli LKS,

memfotocopy referensi buku-buku disekolah. Siswa kedua, ketiga dan keempat menyatakan bahwa kegunaan uang saku untuk jajan lebih sering digunakan untuk jajan diluar setelah pulang sekolah lebih lagi setelah pulang sekolah terkadang mereka jalan dengan tempat sebayanya untuk nongkrong di mall, dan tidak sedikit dari mereka membeli banyak produk-produk di mall. Salah satu siswa juga memperkuat perilaku konsumtif, karena ketika berbelanja di mall ia tidak bisa mengendalikan diri untuk tidak membeli barang. Barang ini seperti tas, sedangkan ia sudah memiliki tas sebelumnya dan sudah membeli sebelumnya di toko yang lain. Hal ini menjadi indikasi siswa berperilaku konsumtif.

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

Pendapat ini juga dikuatkan oleh tiga dari empat perwakilan 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. Hal ini juga diperkuat dengan wawancara oleh guru ekonomi-akuntansi. Dari hasil wawancara tersebut diketahui bahwa siswa SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016 cenderung bersifat boros seperti mengeluarkan konsumsi secara berlebihan.

Khan (2006) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang konsumtif adalah faktor internal seperti motivasi, sikap, kepribadian, pembelajaran dan memori serta pemrosesan informasi. Kemudian faktor eksternal dipengaruhi oleh budaya, kelas sosial, kelompok sosial, keluarga, individu dan pengaruh lain seperti peristiwa atau kejadian yang pernah dialami. Sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar diri

siswa, yaitu faktor lingkungan sosial dan nonsosial. Berdasarkan hasil wawancara dengan guru ekonomi-akuntansi dan 4 orang siswa dari kelas XI IPS untuk memperkuat faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Dari hasil wawancara tersebut ditemukan faktor-faktor yang menyebabkan siswa berperilaku konsumtif. Penyebab siswa berperilaku konsumtif diantaranya adalah faktor lingkungan seperti lingkungan sekolah, yaitu teman sebayanya, lingkungan masyarakat seperti teman bermain, tidak mengetahui akan pengetahuan dan pengelolaan keuangan yang baik, kondisi sosial ekonomi orang tua, serta faktor keinginan dari dirinya sendiri.

Skinner, 1958 (Rifa'i dan Anni, 2012) mendefinisikan bahwa belajar merupakan suatu proses perubahan perilaku. Menurut Ferrinadewi (2008) terdapat dua teori yang termasuk dalam teori perilaku, yaitu teori *Classical Conditioning*, pendekatan ini berpendapat bahwa organisme termasuk manusia adalah bentuk yang pasif yang dapat dipertunjukkan sejumlah stimuli secara berulang-ulang. Hingga akhirnya stimuli tersebut terkondisikan dan manusia pasti akan menunjukkan respon yang sama untuk stimuli tersebut. *Instrumental Conditioning*, pendekatan ini berpendapat pengkondisian instrumental terjadi ketika konsumen belajar untuk menghubungkan antara stimulus dengan respon tertentu ketika ada dorongan untuk melakukan hal tersebut. Artinya, konsumen akan menghubungkan stimulus dengan respon bila terdapat sesuatu yang mendorongnya atau insentif misalkan rasa puas, atau apa saja yang merupakan penghargaan atau hadiah baginya. Teori behaviorisme relevan untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif dapat dikaitkan dengan perilaku individu dalam bentuk pengambilan keputusan, pemilihan merk dan penolakan terhadap suatu produk (Suryani, 2008).

Engel (1990) menjelaskan perilaku konsumen merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk

proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Loudon dan Bitta, Simamora (2002) lebih menekankan perilaku konsumen sebagai suatu proses pengambilan keputusan yang mesyaratkan aktivitas individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan, atau mengatur barang dan jasa. Disamping itu Kotler dan Amstrong, Simamora (2008) menjelaskan perilaku konsumen sebagai perilaku pembelian konsumen akhir, baik individu maupun rumah tangga yang membeli produk untuk konsumsi personal. Sementara itu menurut *The American Marketing Association* (Setiadi, 2008) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai berikut :

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

Sembiring (2008) menyatakan konsumtif adalah sebuah perilaku berkonsumsi yang boros, berlebihan, dan dapat diartikan sebagai gaya hidup yang bermewah-mewah. Perilaku konsumtif eratkaitannya dengan konsumsi impulsif (*impulsive consumption*). Konsumsi impulsif merupakan pembelanjaan yang berulang-ulang, sering berlebihan, sebagai penawar ketegangan, kecemasan, depresi, kebosanan, dan terjadi akibat dorongan keinginan (Solomon, 2004).

Status sosial menurut Sumarwan (2011) disamakan dengan kelas sosial, yaitu pembagian masyarakat ke dalam kelas-kelas yang berbeda atau strata yang berbeda. Santrock (2007) mendefinisikan status sosial ekonomi adalah pengelompokkan orang-orang berdasarkan kesamaan karakteristik pekerjaan, pendidikan, dan ekonomi.

Kelompok teman sebaya merupakan lingkungan sosial, tempat berinteraksi yang secara langsung atau tidak langsung akan mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang (Suryani, 2008). Menurut Yusuf (2009) kelompok teman sebaya sebagai lingkungan sosial remaja (siswa) mempunyai peranan penting bagi perkembangan kepribadiannya. Kuatnya pengaruh kelompok teman sebaya karena lebih banyak berada di luar rumah

bersama dengan teman-teman sebaya sebagai kelompok, maka dapat dimengerti pengaruh teman-teman sebaya pada sikap, pembicaraan minat, penampilan, dan perilaku lebih besar daripada pengaruh keluarga (Hurlock, 1993).

PISA (2012) *financial literacy* adalah pengetahuan dan pemahaman atas konsep keuangan yang digunakan untuk membuat pilihan keuangan yang efektif, meningkatkan *financial well-being* dari individu dan kelompok serta untuk berpartisipasi dalam kehidupan ekonomi. OECD (2005) mendefinisikan *financial literacy* sebagai berikut:

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

METODE

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Desain penelitian ini merupakan deskriptif kuantitatif, karena pengujian variabel yang akan dilakukan menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel dengan angka. Populasi dalam penelitian ini Siswa kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang sebanyak 131 siswa. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 99 siswa. Teknik pengambilan sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *proportional random sampling*. Variabel penelitian ini adalah variabel dependen (terikat) yaitu perilaku konsumtif (Y) dan variabel independen (bebas) yaitu status sosial ekonomi orang tua (X_1), kelompok teman sebaya (X_2) dan *financial literacy* (X_3). Metode pengumpulan data berupa angket atau kuesioner. Metode Analisis data berupa analisis

statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis deskriptif hasil penelitian ini dihitung dengan mencari besaran interval, sehingga didapatkan kriteria variabel perilaku konsumtif (Y), status sosial ekonomi orang tua (X₁), kelompok teman sebaya (X₂), dan *financial literacy* (X₃), yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Perilaku Konsumtif

No	Interval Skor	F	%	Kategori
1	45 - 51	25	25%	Sangat Tinggi
2	38 - 44	43	43%	Tinggi
3	31 - 37	27	27%	Sedang
4	24 - 30	2	2%	Rendah
5	17 - 23	2	2%	Sangat Rendah
Jumlah		99	100%	
Rata-rata		40,17		
Kategori		Tinggi		

Sumber: Data primer diolah tahun 2016

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui 25 siswa memiliki perilaku konsumtif dalam kategori Sangat Tinggi, dan 2 siswa termasuk dalam kategori Sangat Rendah. Secara keseluruhan, rata-rata siswa mempunyai perilaku konsumtif dalam kategori Tinggi. Kategori Tinggi tersebut terlihat dari rata-rata skor sebesar 40,17 dengan presentase sebesar 43% atau 43 siswa kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang mempunyai perilaku konsumtif yang Tinggi.

Tabel 2. Analisis Statistik Deskriptif Status Sosial Ekonomi Orang Tua

No	Interval Skor	F	%	Kategori
1	28 - 31	13	13%	Sangat Tinggi
2	24 - 27	27	27%	Tinggi
3	20 - 23	36	36%	Sedang
4	16 - 19	20	20%	Rendah
5	12 - 15	3	3%	Sangat Rendah
Jumlah		99	100%	
Rata-rata		22,56		
Kategori		Sedang		

Sumber: Data primer diolah tahun 2016

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui 13 siswa dengan Status Sosial Ekonomi Orang Tua dalam kategori Sangat Tinggi, dan 3 siswa termasuk dalam kategori Sangat Rendah. Secara keseluruhan, rata-rata siswa dengan Status Sosial Ekonomi Orang Tua dalam kategori Sedang. Kategori Sedang tersebut terlihat dari rata-rata skor sebesar 22,55 dengan presentase sebesar 36% atau 36 siswa kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang dengan Status Sosial Ekonomi Orang Tua yang Sedang.

Tabel 3. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kelompok Teman Sebaya

No	Interval Skor	F	%	Kategori
1	43 - 48	10	10%	Sangat Buruk
2	37 - 42	45	45%	Buruk
3	31 - 36	28	28%	Netral
4	25 - 30	13	13%	Baik
5	19 - 24	3	3%	Sangat Baik
Jumlah		99	100%	
Rata-rata		36,18		
Kategori		Netral		

Sumber: Data primer diolah tahun 2016

Berdasarkan tabel 3, dapat diketahui 10 siswa memiliki kelompok teman sebaya dalam kategori Sangat Buruk, dan 3 siswa termasuk dalam kategori Sangat Baik. Secara keseluruhan, rata-rata kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif siswa dalam kategori Netral. Kategori Netral tersebut terlihat dari rata-rata skor sebesar 36,18 dengan presentase sebesar 28% atau 28 siswa.

Tabel 4. Analisis Statistik Deskriptif *Financial Literacy*

No	Interval Skor	F	%	Kategori
1	37 - 41	3	3%	Sangat Tinggi
2	32 - 36	9	9%	Tinggi
3	27 - 31	25	25%	Sedang
4	22 - 26	32	32%	Rendah
5	17 - 21	30	30%	Sangat Rendah
Jumlah		99	100%	
Rata-rata		25,17		
Kategori		Rendah		

Sumber: Data primer diolah tahun 2016

Berdasarkan tabel 4, dapat diketahui 3 siswa memiliki *financial literacy* dalam kategori Sangat Tinggi, dan 30 siswa termasuk dalam kategori Sangat Rendah. Secara keseluruhan, rata-rata siswa mempunyai *financial literacy* dalam kategori rendah. Kategori Rendah tersebut terlihat dari rata-rata skor sebesar 25,17 dengan presentase sebesar 32% atau 32 siswa.

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji prasyarat analisis yang meliputi uji normalitas dan uji linearitas, serta uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolonieritas dan uji heterokedastisitas. Hasil uji normalitas diperoleh dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov (K-S)*. Nilai *Kolmogorov-Smirnov (K-S)* dari perilaku konsumtif sebagai variabel dependen 0,479 dan signifikansi pada 0,976 jauh diatas 0,05 maka dapat disimpulkan data pada penelitian ini berdistribusi normal.

Selanjutnya yaitu melakukan uji linearitas dengan mengamati nilai signifikansi pada tabel ANOVA. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan diperoleh hasil yang terlihat dalam tabel ANOVA, nilai signifikansi pada *linearity* sebesar 0,000. Seluruh variabel independen

tersebut memperoleh nilai signifikansi < 0,005, sehingga dapat dikatakan bahwa persamaan regresi dalam penelitian ini adalah linear.

Selanjutnya uji multikolonieritas dilakukan dengan mengamati nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance*. Berdasarkan hasil uji multikolonieritas yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa nilai $VIF \leq 10$ dan nilai $tolerance \geq 0,1$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi. Selanjutnya yaitu melakukan uji heterokedastisitas yang dilakukan dengan melihat signifikansi melalui uji glejser. Dengan uji glejser, dapat diketahui bahwa semua variabel mempunyai nilai signifikansi lebih dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 5. Analisis Regresi Linier Berganda dengan Perilaku Konsumtif sebagai Variabel Dependen

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	25.727	5.234		4.915	.000
	Status_Sosial_Ekonomi_OrangTua	.455	.116	.325	3.913	.000
	Kelompok_Teman_Sebaya	.317	.085	.317	3.742	.000
	Financial_Literacy	-.289	.097	-.257	-2.991	.004

Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

Sumber: Data penelitian tahun 2016

Berdasarkan tabel 5, dapat diketahui bahwa hasil analisis regresi linier berganda dengan perilaku konsumtif sebagai variabel dependen diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 25,727 + 0,455X_1 + 0,317X_2 - 0,289X_3 + e$$

Uji simultan dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil uji F dengan bantuan SPSS dapat dilihat pada Tabel 6 di bawah ini

Tabel 6. Hasil Uji F dengan Perilaku Konsumtif sebagai Variabel Dependen

ANOVA ^b						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1175.671	3	391.890	18.574	.000 ^a
	Residual	2004.410	95	21.099		
	Total	3180.081	98			

a. Predictors: (Constant), Financial_Literacy, Status_Sosial_Ekonomi_OrangTua, Kelompok_Teman_Sebaya

b. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

Sumber: Data penelitian tahun 2016

Berdasarkan tabel 6, dapat diketahui bahwa besarnya F 18,574 dengan signifikansi 0,000. Dengan demikian Ha1 diterima yang berbunyi ada pengaruh variabel status sosial ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya dan financial literacy terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI IPS di SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016.

Uji t dilakukan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Hasil uji t dengan bantuan SPSS dapat dilihat pada Tabel 7 di bawah ini.

Tabel 7. Hasil Uji t dengan Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya Dan *Financial Literacy* sebagai Variabel Independen

Coefficients ^a						
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25.727	5.234		4.915	.000
	Status_Sosial_Ekonomi_Orang Tua	.455	.116	.325	3.913	.000
	Kelompok_Teman_Sebaya	.317	.085	.317	3.742	.000
	Financial_Literacy	-.289	.097	-.257	-2.991	.004

a. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

Sumber: Data penelitian diolah tahun 2016

Berdasarkan tabel 7, dapat dilihat bahwa hasil uji statistik t dengan SPSS menunjukkan perilaku konsumtif sebagai variabel dependen, pada status sosial ekonomi orang tua (X_1) diperoleh nilai t hitung = 3,913 dengan sig. 0,000, karena signifikansi kurang dari 0,05 maka variabel status sosial ekonomi orang tua (X_1) berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, sehingga Ha2 **diterima**. Untuk variabel kelompok teman sebaya (X_2) diperoleh nilai t hitung = 3,742 dengan sig. 0,000, karena signifikansi kurang dari 0,05 maka

variabel kelompok teman sebaya (X_2) berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, sehingga Ha3 **diterima**. Sedangkan untuk variabel *financial literacy* (X_3) diperoleh nilai t hitung = -2,991 dengan sig. 0,004, karena signifikansi kurang dari 0,05 maka variabel *financial literacy* (X_3) berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, sehingga Ha4 **diterima**.

Koefisien determinasi simultan (R^2) dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen yaitu status

sosial ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya dan *financial literacy* secara bersama-sama dalam menerangkan variasi variabel dependen yaitu perilaku konsumtif. Hasil analisis regresi

untuk koefisien determinasi simultan (R^2) dapat dilihat pada Tabel 8 di bawah ini.

Tabel 8. Koefisien Determinasi Simultan Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya dan *Financial Literacy* terhadap Perilaku Konsumtif

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.608 ^a	.370	.350	4.59337

a. Predictors: (Constant), Financial_Literacy, Status_Sosial_Ekonomi_OrangTua, Kelompok_Teman_Sebaya

b. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

Sumber: Data penelitian diolah tahun 2016

Berdasarkan tabel 8, dapat dilihat *Adjusted R²* sebesar 0,350 (35%). Ini berarti bahwa 35% variabel Perilaku Konsumtif dijelaskan oleh variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya dan *Financial Literacy* dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar model.

independen yaitu status sosial ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya dan *financial literacy* secara parsial terhadap variabel terikat yaitu perilaku konsumtif. Hasil analisis koefisien determinasi parsial (r^2) dapat dilihat pada tabel 9 di bawah ini.

Selanjutnya untuk mengetahui besarnya pengaruh yang diberikan oleh setiap variabel

Tabel 9. Koefisien Determinasi Parsial Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya dan *Financial Literacy* terhadap Perilaku Konsumtif

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Correlations		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	25.727	5.234		4.915	.000			
Status_Sosial_Ekonomi_Orang Tua	.455	.116	.325	3.913	.000	.408	.373	.319
Kelompok_Teman_Sebaya	.317	.085	.317	3.742	.000	.421	.358	.305
Financial_Literacy	-.289	.097	-.257	-2.991	.004	-.404	-.293	-.244

a. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

Sumber: Data penelitian yang diolah 2016

Berdasarkan tabel 9 dapat dilihat kontribusi variabel secara parsial Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Siswa adalah $(0,373)^2 \times 100\% = 13,91\%$. Hal ini berarti bahwa Status Sosial

Ekonomi Orang Tua mempengaruhi Perilaku Konsumtif Siswa sebesar 13,91%. Besarnya kontribusi Kelompok Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif adalah sebesar $(0,358)^2 \times 100\% = 12,81\%$. Hal ini berarti bahwa

Kelompok Teman Sebaya mempengaruhi Perilaku Konsumtif sebesar 12,81%. Sedangkan besarnya kontribusi *Financial Literacy* terhadap Perilaku Konsumtif adalah sebesar $(-0,293)^2 \times 100\% = 8,58\%$. Hal ini berarti bahwa *Financial Literacy* mempengaruhi Perilaku Konsumtif sebesar 8,58%.

Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya dan *Financial Literacy* terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016

Hasil penelitian menunjukkan bahwa status sosial ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya, dan *financial literacy* berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016 sebesar 35%. Ini berarti bahwa status sosial ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya, dan *financial literacy* mempunyai kontribusi terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji F/ simultan yang diperoleh dari tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa ada 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, sehingga **Ha1 diterima**.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Khan (2006) yang menyatakan, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang konsumtif terdiri dari faktor internal diantaranya pembelajaran dan memori; serta pemrosesan informasi yang dalam penelitian ini dikaitkan dengan pembelajaran ekonomi-akuntansi. Faktor tersebut dikembangkan melalui variabel *financial literacy*. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurfarika (2015) yang menyatakan bahwa ada pengaruh *peer group* (kelompok teman sebaya dan *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas X dan XI IIS SMA Negeri 7 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016.

Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016

Hasil penelitian menunjukkan bahwa status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016. Besarnya pengaruh status sosial ekonomi orang tua secara parsial terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang sebesar 13,91%. Ini berarti bahwa status sosial ekonomi orang tua mempunyai kontribusi terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji t/ parsial yang diperoleh dari tingkat probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa ada pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa pada kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016 sehingga **Ha2 diterima**.

Analisis deskriptif variabel status sosial ekonomi orang tua diketahui, dari 3 indikator dengan 6 pertanyaan paling banyak memberikan jawaban kurang setuju atas item pertanyaan. Jumlah skor dari status sosial ekonomi orang tua siswa kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016 dalam kategori sangat tinggi sebanyak 13 siswa dan kategori sangat rendah sebanyak 3 siswa. Hasil analisis deskriptif masing-masing indikator pada variabel status sosial ekonomi orang tua diketahui bahwa semua indikator yang digunakan yakni sosial tidak mempertimbangkan fungsi dan kegunaan dalam membeli barang, mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan, mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, tidak ada skala prioritas dalam kategori Sedang. Kategori Sedang tersebut terlihat dari rata-rata skor sebesar 22,56 dalam kategori dengan persentase 36% atau sebanyak 36 siswa.

Walaupun hasil rata-rata skor menunjukkan status sosial ekonomi orang tua dalam kategori sedang, namun pada indikator pendapatan dengan pertanyaan penghasilan Ayah perbulan diperoleh kategori tinggi. Hal

tersebut dapat dilihat dari pendapatan Ayah dengan rata-rata perbulannya antara Rp 3.200.000-Rp. 4.800.000 dengan persentase 40,4% atau 40 siswa. Tingginya penghasilan Ayah ini akan mempengaruhi perilaku konsumtif siswa yang tinggi pula. Hal ini disebabkan oleh kemampuan finansial orang tua siswa dalam menyokong kebutuhan anak cenderung lebih dari cukup.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh Sipunga (2014) yang menyatakan status sosial ekonomi (pendapatan) orang tua tentu sangat berpengaruh terhadap perilaku membeli pada remaja, karena semakin tinggi pendapatan orang tua maka semakin besar kesempatan untuk membelanjakan uang pemberian dari orang tua, begitu pula sebaliknya. Semakin rendah pendapatan orang tua maka semakin kecil kesempatan untuk membelanjakan uang hasil pemberian orang tua.

Pengaruh Kelompok Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelompok teman sebaya secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016. Besarnya pengaruh kelompok teman sebaya secara parsial terhadap perilaku konsumtif sebesar 12,81%. Ini berarti bahwa kelompok teman sebaya mempunyai kontribusi terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji t / parsial yang diperoleh dari tingkat probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa ada pengaruh kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016 sehingga **Ha3 diterima**.

Analisis deskriptif diketahui bahwa yang menjadi responden dalam penelitian ini, dari 2 indikator dengan 10 pernyataan paling banyak memberikan jawaban kurang setuju atas item pernyataan. Jumlah skor dari kelompok teman sebayasiswa kelas XI IPS SMA Kesatrian 1

Semarang, 10 siswa memiliki kelompok teman sebaya dalam kategori Sangat Buruk, dan 3 siswa termasuk dalam kategori Sangat Baik. Hasil analisis deskriptif masing-masing indikator pada variabel kelompok teman sebaya diketahui bahwa semua indikator yang digunakan yakni *social cognition* dan konformitas skor rata-rata dalam kategori Netral. Kategori Netral tersebut terlihat dari rata-rata skor sebesar 36,18 dengan presentase sebesar 28% atau 28 siswa. Namun jika dilihat dari frekuensi jawaban responden dalam kategori Buruk karena memiliki responden yang cukup banyak yaitu dengan persentase sebesar 45,5% atau 45 siswa. Hal ini berarti kelompok teman sebaya mempunyai kontribusi terhadap perilaku konsumtif siswa dilihat dari indikator yang digunakan sudah sejalan sesuai dengan teori.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nurfatika (2015) bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *peer group* (kelompok teman sebaya) terhadap perilaku konsumtif siswa, dibuktikan dengan koefisien determinasi parsial variabel *peer group* terhadap perilaku konsumtif sebesar 40,70% dan tingkat signifikansi $> 5\%$.

Pengaruh Financial Literacy terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial literacy* secara parsial berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif siswa XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016. Besarnya pengaruh *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif siswa sebesar 8,58%. Ini berarti bahwa *financial literacy* mempunyai kontribusi terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji t / parsial yang diperoleh dari tingkat probabilitas sebesar $0,004 < 0,05$ yang berarti ada pengaruh *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016, sehingga **Ha4 diterima**. Hasil ini juga senada dengan Septiani (2015) yang

menyatakan tidak ada pengaruh langsung antara economics literacy (X1) terhadap perilaku konsumsi (Y). Berdasarkan pada hasil regresi diketahui nilai Beta -0,198 dengan taraf signifikansi 0,009. Jadi H0 ditolak, artinya X1 berpengaruh langsung terhadap Y secara negatif dan signifikan.

Berdasarkan analisis deskriptif diketahui bahwa yang menjadi responden dalam penelitian ini, dari 4 indikator dengan 12 pernyataan paling banyak memberikan jawaban tidak setuju atas item pernyataan. Jumlah skor dari *financial literacy* siswa kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016 dalam kategori Sangat Tinggi sebanyak 3 siswa, dan kategori Sangat Rendah sebanyak 30 siswa.

Hasil analisis deskriptif masing-masing indikator pada variabel *financial literacy* diketahui bahwa semua indikator yang digunakan yakni uang dan transaksi, perencanaan dan pengelolaan keuangan, *financial landscape*, risiko dan keuntungan skor rata-rata dalam kategori Rendah. Secara keseluruhan, rata-rata siswa mempunyai *financial literacy* dalam kategori rendah. Kategori Rendah tersebut terlihat dari rata-rata skor sebesar 25,17 dengan presentase sebesar 32% atau 32 siswa. Hal ini berarti *financial literacy* mempunyai kontribusi terhadap perilaku konsumtif siswa dilihat dari indikator yang digunakan sudah sejalan sesuai dengan teori.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan PISA (2012) *financial literacy* merupakan pengetahuan dan pemahaman ataskonsep keuangan yang digunakan untuk membuat pilihan keuangan yang efektif dari individu. Dalam hal ini siswa yang memiliki *financial literacy* tinggi akan cenderung melakukan tindakan konsumsi yang rasional, dan membuat konsep keuangan yang efektif agar terhindar dari perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Imawati (2013) yang berjudul "Pengaruh *Financial Literacy* terhadap Perilaku Konsumtif Remaja pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013". Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat

pengaruh negatif dan signifikan *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif remaja, dibuktikan dengan nilai Beta sebesar -0,472 dan Sig. pada *financial literacy* adalah 0,003, sehingga disimpulkan bahwa koefisien regresi yang didapat negatif dan signifikan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil beberapa simpulan antara lain Ada pengaruh status sosial ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya dan *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016 secara simultan sebesar 35%. Ada pengaruh positif status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016 secara parsial sebesar 13,91%. Ada pengaruh positif kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016 secara parsial sebesar 12,81%. Ada pengaruh negatif *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016 secara parsial sebesar 8,58%.

DAFTAR PUSTAKA

- Engel, F. James, Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard. 1990. Perilaku Konsumen. Tangerang: Binapura Aksara
- Imawati, Indah, Susilaningsih, dan Elvia Ivada. 2013. Pengaruh Financial Literacy terhadap Perilaku Konsumtif Remaja pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013. *Jupe UNS*, Vol 2 No. 1 Hal. 48 s/d 58. Diperoleh dari <http://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/ekonomi/article/viewFile/2684/187>.
- Khan, Matin. 2006. *Consumer Behavior and Advertising Management*. New Delhi: New Age International Publishers
- Nurfatika, Oktavia. 2015. Pengaruh Persepsi Tentang Peran Orang Tua, Peer Group Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas X IIS Dan XI IIS Di SMA

- Negeri 7 Semarang Tahun Ajaran 2014/2015. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- OECD. 2005. Improving Financial Literacy, Analysis of Issues and Policies. Diperoleh dari [http://dl.lux.bookfi.org/genesis/540000/8601cc0826c61ff15944c9ccd391d422/_as/\[OECD_Publishing\]_Improving_Financial_Literacy_An\(BookFi.org\).pdf](http://dl.lux.bookfi.org/genesis/540000/8601cc0826c61ff15944c9ccd391d422/_as/[OECD_Publishing]_Improving_Financial_Literacy_An(BookFi.org).pdf).
- PISA. 2012. Financial Literacy Assessment Framework. Diperoleh dari <http://www.oecd.org/pisa/pisaproducts/46962580.pdf>.
- Rifai, Achmad dan Catharina Tri Anna. 2012. Psikologi Pendidikan. Semarang: UNNES PRESS
- Santrock. 2007. Remaja. Jakarta: Erlangga
- Sembiring, Amstrong. 2008. Budaya Konsumerisme. Diperoleh dari www.wattpad.com/3104044-buku-konsumer-karya-amstrong-sembinging.
- Septiani, Aldila. 2015. Pengaruh Economics Literacy Terhadap Perilaku Konsumsi Yang Dimediasi Oleh Nilai-Nilai Budaya Lokal Dan Promosi Pada Siswa Sma Negeri Se Kota Pamekasan. Journal of Economic Education. Vol 10. No.2. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang
- Setiadi, J. Nugroho. 2003. Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Simamora, Bilson. 2002. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sipunga, Nilawati Puspita dan Amri Hana Muhammad. 2014. Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja Di Tinjau Dari Pendapatan Orang Tua Pada Siswa-Siswi Sma Kesatrian 2 Semarang. Journal of Social and Industrial Psychology Vol 3. No. 1. Fakultas Ilmu Pendidikan: Universitas Negeri Semarang.
- Solomon. 2004. Consumer Behavior, Buying, Having and Being. Diperoleh dari [http://dl.lux.bookfi.org/foreignfiction/893000/014f7376fb20598593092d67be4226bf.pdf/_as/\[Solomon\]_Consumer_Behavior_Buying,_Havi\(BookFi.org\).pdf](http://dl.lux.bookfi.org/foreignfiction/893000/014f7376fb20598593092d67be4226bf.pdf/_as/[Solomon]_Consumer_Behavior_Buying,_Havi(BookFi.org).pdf).
- Sumarwan, Ujang. 2011. Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia
- Suryani, Tatik. 2008. Perilaku Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Tambunan, Raymond. 2001. Remaja dan Perilaku Konsumtif. Diperoleh dari http://www.duniaesai.com/index.php?option=com_content&view=article&id=276:remaja-danperilakukonsumtif&catid=45:psikologi&Itemid=93.