

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, TEMAN SEBAYA DAN STATUS SOSIAL EKONOMI ORANGTUA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SISWA (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Semarang)**Luthfatul Amaliya,[□] Khasan Setiaji, S.Pd., M.Pd.

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

Info Artikel**Abstrak***Sejarah Artikel:*

Diterima Oktober 2017

Disetujui Oktober 2017

Dipublikasikan Oktober 2017

*Keywords:**Consumptive Behavior, Peer Group, Socio Economic Status Of Parents, Utilization of Media Social Instagram*

Perilaku konsumtif menjelaskan tentang keinginan untuk memiliki atau mengkonsumsi barang secara berlebihan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas XI SMA Negeri 1 Semarang tahun ajaran 2016/2017 yang berjumlah 511 siswa, dengan sampel penelitian 84 siswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data berupa angket. Metode analisis yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini diperoleh persamaan regresi $Y=0,810+0,318X_1+0,392X_2+0,577X_3$. Pemanfaatan media sosial instagram, teman sebaya dan status sosial ekonomi orangtua secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 1

Semarang tahun ajaran 2016/2017 dengan kontribusi 52,9%, secara parsial penggunaan media sosial instagram

berpengaruh terhadap perilaku konsumtif sebesar 11,28%. Teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa sebesar 16,46%, dan status sosial ekonomi orangtua berpengaruh sebesar 16% terhadap perilaku konsumtif siswa. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan, terdapat pengaruh penggunaan media sosial instagram, teman sebaya dan status sosial ekonomi orangtua terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 1 Semarang tahun ajaran 2016/2017 secara simultan. Secara parsial terdapat pengaruh antara pemanfaatan media sosial instagram, kelompok teman sebaya, dan status sosial ekonomi orangtua terhadap perilaku konsumtif siswa. Orang tua harus memiliki peranan dalam mengajarkan anak menjadi pembeli yang bijaksana, dan membeli sesuai dengan apa yang ia butuhkan. Selain itu, hal terpenting adalah pengendalian diri untuk tidak menjadi konsumtif. Ketika seseorang memiliki prinsip yang kuat, dia tidak akan terpengaruh dengan gaya hidup konsumtif disekitarnya.

Abstract

The consumptive behavior is explaining the desire to own or consume goods in excess. The population of this research carried out all of second graders student in the academic year of 2016/2017 in SMA N 1 Semarang that is 511 students, with a sample of 84 students. This research uses descriptive quantitative and uses questionnaires to collect the data. The analysis method used in this research are descriptive statistics analysis and multiple linear regression analysis. The result of this research is the regression equation $Y= 0,810+0,318X_1+0,392X_2+0,577X_3$. The utilization of social media instagram, peer group and socio-economic status of parents simultaneously affect students' consumptive behavior with a contribution of 52,9%. Partially, the utilization of social media instagram contributes 11,28% and peer groups affects 16,48%, however the socio-economic status of students' parents affect 16% on student's consumptive behavior. Based on the research, it can be concluded that utilization of social media instagram, peer group and socio economic status of parents simultaneously affect consumptive behavior of second graders students of SMA N 1 Semarang in the academic year of 2016/2017. Parents should also play their important role in teaching their children to be a wise shopper so that they can select things that they really need to buy. At last, the most important thing is self control for not being consumptive. When one has a strong life principle, he will not be affected by the consumptive lifestyle around him.

© 2017 Universitas Negeri Semarang

✉ Alamat korespondensi:

Gedung L2 Lantai 1 FE Unnes

Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229

E-mail: luthfaamaliya@gmail.co

p-ISSN 2252-6544

e-ISSN 2502-356X

PENDAHULUAN

Kegiatan konsumsi tidak akan pernah bisa lepas dari kehidupan manusia. Karena kebutuhan manusia tidak terbatas dan manusia harus dapat memenuhi setiap kebutuhannya. Namun pada hakikatnya manusia selalu saja merasa kurang atau selalu merasa tidak puas akan sesuatu. Apabila satu kebutuhan sudah terpenuhi maka kebutuhan lain akan muncul. Konsumtif menjelaskan keinginan untuk memiliki atau mengkonsumsi barang secara berlebihan. Dan barang yang dikonsumsi biasanya kurang diperlukan dan bukan menjadi kebutuhan pokok (Sukari, 2013:127).

Rahman (dalam Sukari, 2013) menyatakan bahwa perilaku konsumtif dan hedonisme telah merambat pada kehidupan manusia. Karena hidup dalam dunia konsumerisme tidak pandang umur, jenis kelamin ataupun status sosial. Pola hidup konsumtif sering dijumpai di kalangan generasi muda, yang orientasinya diarahkan kenikmatan, kesenangan, serta kepuasan dalam mengkonsumsi barang secara berlebihan. Loudon dan Bitta (dalam Rezki, 2013) menjelaskan bahwa siswa adalah kelompok yang berorientasi konsumtif.

Perilaku konsumtif siswa menarik untuk diteliti mengingat perilaku konsumtif juga banyak melanda kehidupan siswa di SMA N 1 Semarang. Ada banyak penyebab siswa berperilaku konsumtif seperti kemajuan teknologi yang memudahkan siswa melakukan belanja secara *online* melalui media sosial, adanya perubahan lingkungan. Penyebab lain yaitu dikarenakan di sekolah siswa bertemu dengan siswa lain yang memiliki tingkat ekonomi lebih tinggi, pergaulan dan pola pikir yang baru, *style* yang semakin berkembang, pengetahuan teknologi dan informasi yang lebih maju, dan adanya uang saku yang diberikan oleh orang tuanya, dan lengkapnya fasilitas yang mereka miliki dan gunakan (misalnya: mobil/kendaraan, *smartphone*, dan *gadget* lainnya).

Untuk memperkuat dugaan mengenai perilaku konsumtif di SMA N 1 Semarang dilakukan observasi awal pada tanggal 27 Maret 2017 dengan responden sebanyak 46 siswa.

Tabel 1. Faktor Penyebab Siswa Berperilaku Konsumtif

No	Keterangan	Frek	Persentase
1	Terpengaruh media sosial	21	45,65%
2	Mengikuti Teman	9	19,57%
3	Uang saku	13	28,26%
4	Alasan lain	3	6,52%
	Jumlah	46	100%

Sumber: Hasil Observasi awal diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa yang paling mempengaruhi adalah faktor uang saku sebesar 28,26%. Dalam hal ini siswa mendapatkan uang saku dari orangtua secara berlebih sehingga siswa memiliki kemampuan untuk membeli barang apa saja yang ia inginkan.

Tabel berikut ini menjelaskan tentang alokasi uang saku per bulan siswa SMA N 1 Semarang. Berikut adalah rincian alokasi uang saku per bulan siswa.

Tabel 2
Alokasi Uang Saku per Bulan Siswa

No	Kegunaan Uang Saku	Rata-rata	Frekuensi / Persentase		
			Defisit	Impas	Surplus
1	Jajan dan belanja	Rp. 224.900,00	27 Siswa (58,7%)	3 Siswa (6,5%)	16 Siswa (34,8%)
2	Transportasi	Rp. 65.900,00			
3	Kebutuhan Belajar	Rp. 44.000,00			
4	Hiburan dan lain lain	Rp. 143.100,00			
	Kegunaan Uang Saku Per bulan	Rp. 477.900,00			
	Uang Saku Per bulan	Rp. 390.800,00			
	Selisih	Rp. 87.100,00			
	Total		46 siswa (100%)		

Sumber data: data primer observasi yang diolah 2017

Berdasarkan tabel 2 dapat kita simpulkan rata-rata kegunaan uang saku per bulan siswa SMA Negeri 1 Semarang memiliki selisih yang cukup tinggi dengan rata-rata uang saku per bulan mereka yaitu sebesar Rp. 87.100,00. Pengeluaran per bulan siswa untuk jajan, belanja, hiburan, dan transportasi jauh lebih banyak dibandingkan untuk keperluan belajar. Bahkan 58,7% dari 46 siswa memiliki pengeluaran yang defisit dan memiliki tingkat konsumsi tinggi yang melebihi pendapatannya (uang saku). Hal ini menunjukkan bahwa siswa SMA Negeri 1 Semarang ternyata memiliki sifat boros dan menggunakan uang tidak sesuai dengan kebutuhannya atau berperilaku konsumtif.

Melalui sosial media siswa dapat mencari informasi apapun dan dimanapun. Tak jarang media sosial dijadikan ajang pameran bagi sebagian siswa. Karena siswa dapat memperbarui (*update*) aktivitas mereka. Padahal seharusnya sosial media dapat menjadi media yang memudahkan mereka dalam mencari teman belajar dengan mudah, mencari informasi terkait dengan pelajaran. Dengan banyaknya siswa yang mengakses media sosial seperti instagram, facebook, twitter, youtube, dll membuat banyak produsen yang memasarkan produknya melalui media sosial, sehingga terjadilah aktivitas jual beli secara *online*.

Produsen menjadikan siswa sebagai salah satu target pasar yang potensial, karena siswa mudah terbuju rayuan iklan, suka mengikuti teman, tidak realistis dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya. Belum lagi unsur-unsur budaya asing seperti pola pergaulan hedonis telah melekat pada gaya hidup remaja (Nesa, 2014).

Remaja berperilaku konsumtif karena remaja cenderung mengikuti hal-hal yang sama dengan kelompok sebaya agar diterima dengan baik di kelompok. Padahal seharusnya siswa membangun hubungan yang pertemanan yang baik agar dapat menunjang prestasi belajarnya. dengan belajar kelompok, atau saling mengingatkan apabila teman melanggar peraturan sekolah, dll. Namun menurut Hartati (dalam Oki, 2016) fenomena yang terjadi dikalangan remaja yaitu mereka melakukan berbagai cara untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain yang sebaya menyebabkan siswa berusaha untuk mengikuti beberapa atribut yang sedang *in*. Dampak sosial dari perilaku konsumtif adalah dapat menciptakan kesenjangan antar sesama. Selain itu, siswa dapat menarik diri dan tidak ingin bergaul dengan teman sekelompoknya karena merasa tidak dapat memenuhi gaya hidup seperti temannya (Riska, 2016). Kelompok teman sebaya sebagai kelompok yang lebih memberikan pengaruh dalam memilih cara berpakaian, hobi, perkumpulan dan kegiatan-kegiatan sosial lainnya. Karena terkadang remaja membeli sesuatu bukan karena kebutuhan tapi karena pendapat orang lain sangat penting bagi dirinya dan ia ingin tampil menarik seperti teman-temannya.

Untuk menuruti perilaku yang konsumtif bagi seseorang memerlukan biaya yang tidak sedikit. Menurut Lina dan Rosyid (dalam Wahyudi, 2013) perilaku konsumtif ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan. Padahal siswa merupakan pelajar yang tergolong bukan angkatan kerja (pengangguran) ataupun sedang bekerja melainkan mereka bersekolah, sehingga siswa tidak memiliki pendapatan tetap sendiri. Pendapatan siswa dapat berasal dari uang saku dari orang tua, dan beasiswa (jika penerima beasiswa). Sekolah yang seharusnya menjadi tempat dimana para siswa mencari ilmu dan pengetahuan terkadang dijadikan tempat untuk berlomba-lomba memamerkan apa yang mereka miliki (Gumulya, 2013). Ketika banyak siswa menerapkan gaya hidup konsumtif, kehidupan di sekolah semakin jauh dari fungsi sekolah yang sebenarnya.

Perilaku konsumtif siswa menarik untuk diteliti mengingat perilaku konsumtif juga banyak melanda kehidupan siswa di SMA N 1 Semarang. Ada banyak penyebab siswa berperilaku konsumtif seperti kemajuan teknologi yang memudahkan siswa melakukan belanja secara *online* melalui media sosial, adanya perubahan lingkungan. Penyebab lain yaitu dikarenakan di sekolah siswa bertemu dengan siswa lain yang memiliki tingkat ekonomi lebih tinggi, pergaulan dan pola pikir yang baru, *style* yang semakin berkembang, pengetahuan teknologi dan informasi yang lebih maju, dan adanya uang saku yang diberikan oleh orang tuanya, dan lengkapnya fasilitas yang mereka miliki dan gunakan (misalnya: mobil/kendaraan, *smartphone*, dan *gadget* lainnya). Penggunaan variabel penggunaan media sosial instagram, kelompok teman sebaya dan status sosial ekonomi orangtua yang diduga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA N 1 Semarang diperkuat dengan penelitian terdahulu seperti penelitian yang berjudul "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Persepsi atas Lingkungan dan Prestasi Belajar Ekonomi terhadap Perilaku Konsumsi" yang dilakukan oleh Purwati (2011) menyatakan bahwa status sosial ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumsi siswa, semakin tinggi status sosial ekonomi orang tua siswa, maka semakin tinggi

pula tingkat rasionalitas siswa dalam berkonsumsi.

Penelitian yang dilakukan oleh Sipunga (2014) dengan judul “Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja Di Tinjau Dari Pendapatan Orang Tua Pada Siswa-Siswi SMA Kesatrian 2 Semarang”. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu status sosial ekonomi orang tua orang tua tentu sangat berpengaruh terhadap perilaku membeli pada remaja, karena semakin tinggi pendapatan orang tua maka semakin besar kesempatan untuk membelanjakan uang pemberian dari orang tua, begitu pula sebaliknya. Semakin rendah pendapatan orang tua maka semakin kecil kesempatan untuk membelanjakan uang hasil pemberian orang tua.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang analisisnya terfokus pada *numeric* (angka) dan akan diolah secara lebih detail melalui aplikasi teknik statistik. Menurut Sugiyono (2013:14) penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, dimana pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Desain dalam penelitian ini merupakan deskriptif kuantitatif, karena variable yang akan dilakukan menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variable dengan angka dan analisis data yang dipakai menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Penyebaran anggota populasi yang akan dilakukan di SMA Negeri 1 Semarang adalah seluruh siswa kelas XI sebanyak 511 siswa. Terdiri dari 11 kelas dari jurusan MIPA sebanyak 425 siswa (83,18%) dan 3 kelas dari jurusan IPS sebanyak 86 siswa (16,82%). Dengan sampel 84 siswa.

Dalam sebuah penelitian tentunya diperlukan adanya sebuah teknik pengumpulan data agar dapat diperoleh data sesuai dengan kebutuhan penelitian. Selain itu hal ini juga diperlukan agar nantinya mempermudah peneliti memperoleh data dan juga terutama agar data yang diperoleh bersifat ilmiah.

Teknik pengumpulan dalam penelitian ini adalah observasi dan kuesioner.

Dalam penelitian ini metode observasi dilakukan oleh peneliti sebagai pengamatan awal tentang keadaan yang ada pada siswa kelas XI di SMA Negeri 1 Semarang, sehingga dapat digunakan untuk menentukan langkah awal yang harus peneliti tempuh sebelum melakukan penelitian ini. Kegiatan observasi tersebut dilakukan dengan pengamatan terhadap penampilan siswa, apa yang dikonsumsi siswa, kendaraan yang digunakan siswa ke sekolah, dan lain sebagainya. Pada tahap observasi ini peneliti juga mengumpulkan data tentang profil sekolah yang dibutuhkan. Data yang diperoleh dari hasil observasi yang dilakukan hanya digunakan sebagai pelengkap data saja.

Kuisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan terbuka atau tertutup kepada responden untuk dijawabnya. Teknik ini cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas (Sugiyono, 2008:142). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode angket. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2015: 134).

HASIL

Hasil analisis deskriptif dari variabel perilaku konsumtif siswa SMA N 1 Semarang berada pada kriteria tinggi dengan rata-rata skor 40,17. Sedangkan untuk variabel bebas dalam penelitian ini yaitu: Variabel penggunaan media sosial instagram (X1) berada pada kriteria tinggi dengan rata-rata sebesar 37,74; variabel teman sebaya (X2) berada pada kriteria tinggi dengan rata-rata sebesar 30,26; dan variabel status sosial ekonomi orangtua (X3) berada pada kriteria sangat tinggi. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + \rho_1 X_1 + \rho_2 X_2 + \rho_3 X_3$$

$$Y = 0,810 + 0,318 X_1 + 0,392 X_2 + 0,577 X_3$$

Persamaan regresi di atas, memiliki makna sebagai berikut:

1. Konstanta (a) sebesar 0,810, yang berarti tanpa dipengaruhi oleh variabel penggunaan media sosial instagram, teman sebaya dan status sosial ekonomi orangtua (seluruh variabel bebas bernilai 0) maka perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA N 1 Semarang tahun angkatan 2016/2017 sebesar 0,810.
2. Koefisien regresi variabel penggunaan media sosial instagram (X1) sebesar 0,318. Yang berarti variabel penggunaan media sosial instagram bernilai positif terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA N 1 Semarang tahun angkatan 2016/2017. Artinya jika variabel penggunaan media sosial instagram ditingkatkan 1 poin, perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA N 1 Semarang tahun angkatan 2016/2017 meningkat sebesar 0,318, dengan asumsi variabel bebas lainnya bernilai tetap.
3. Koefisien regresi variabel teman sebaya (X2) sebesar 0,392. Yang berarti variabel teman sebaya bernilai positif terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA N 1 Semarang tahun angkatan 2016/2017. Artinya jika variabel teman sebaya ditingkatkan 1 poin, perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA N 1 Semarang tahun angkatan 2016/2017 meningkat sebesar 0,392, dengan asumsi variabel bebas lainnya bernilai tetap.
4. Koefisien regresi variabel status sosial ekonomi orangtua (X3) sebesar 0,577. Yang berarti variabel status sosial ekonomi orangtua bernilai positif terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA N 1 Semarang tahun angkatan 2016/2017. Artinya jika variabel status sosial ekonomi orangtua ditingkatkan 1 poin, perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA N 1 Semarang tahun angkatan 2016/2017 meningkat sebesar 0,577, dengan asumsi variabel bebas lainnya bernilai tetap.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI SMA N 1 Semarang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan penggunaan media sosial instagram terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA N 1 Semarang tahun angkatan 2016/2017 memiliki rata-rata 37,74 atau 37. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas siswa kelas XI SMA N 1 Semarang memiliki tingkat penggunaan media sosial dalam kategori tinggi. Artinya dalam menggunakan media sosial siswa SMA N 1 Semarang sudah harus mulai dikendalikan, dengan pengarahan dari guru maupun orangtua siswa, agar penggunaan media sosial khususnya instagram bagi siswa SMA N 1 Semarang berada dalam batasan wajar atau tidak berlebihan.

2. Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI SMA N 1 Semarang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan teman sebaya teman sebaya terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA N 1 Semarang tahun angkatan 2016/2017 tergolong dalam kriteria tinggi dengan rata-rata 30,26 atau 30. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu "Ada pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA N 1 Semarang tahun angkatan 2016/2017". Variabel teman sebaya (X2) mempunyai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga hal ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif teman sebaya terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA N 1 Semarang tahun angkatan 2016/2017 dan memberikan pengaruh positif.

3. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI SMA N 1 Semarang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan status sosial ekonomi orangtua siswa SMA N 1 Semarang tahun angkatan 2016/2017 tergolong dalam kriteria sangat tinggi dengan rata-

rata 26,80 atau 26. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu “Ada pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA N 1 Semarang tahun angkatan 2016/2017”. Variabel status sosial ekonomi orangtua mempunyai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga hal ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA N 1 Semarang tahun angkatan 2016/2017 dan memberikan pengaruh positif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis H3 dalam penelitian ini diterima.

Penghasilan orang tua mempunyai kaitan erat dengan pola konsumsi siswa. Siswa dengan penghasilan orang tua yang tinggi mempunyai peluang yang besar untuk berperilaku konsumtif. Siswa akan lebih mudah mewujudkan pencapaian status sosial yang diinginkan. Permintaan akan suatu barang salah satunya dipengaruhi oleh tingkat pendapatan. Karena rata-rata tingkat penghasilan orang tua siswa SMA N 1 Semarang tinggi membuat orang tua cenderung memberikan uang saku berlebih yang pada akhirnya membuat siswa dapat membeli barang atau produk yang mereka inginkan dengan uang yang mereka dapatkan dari orang tua mereka.

Selain itu, pola konsumsi berlebih yang terjadi pada siswa dimungkinkan karena orang tua kurang mengontrol pengeluaran siswa, kurang memberikan pembelajaran tentang menabung, mengurangi jajan atau berbelanja, dan sebagainya. Pentingnya peran orang tua untuk mengontrol pola konsumsi siswa dimaksudkan agar menekan tindakan berbelanja secara berlebih yang dilakukan siswa. Pemahaman dari orang tua tentang keuangan yang baik akan memberikan dampak positif bagi siswa dalam mengatur keuangan mereka atas uang saku yang telah diberikan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Imawati dkk, 2013: 48) menyatakan bahwa pembelajaran keuangan cukup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja, dimana jika pemahaman akan keuangan meningkat

maka perilaku konsumtif akan menurun. Begitupula sebaliknya jika pemahaman akan keuangan hanya sedikit maka hal ini dapat menimbulkan perilaku konsumtif. Maka dari itu orang tua harus mengajarkan kepada anaknya untuk membeli barang atau perilaku konsumsinya secara rasional dan tidak mengarah yang irasional atau pembelian yang sifatnya tidak masuk akal dan tidak dibutuhkan sehingga siswa tidak berperilaku konsumtif dan akan pandai dalam mengatur keuangan.

4. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya, dan Status Sosial Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI SMA N 1 Semarang

Hasil analisis deskriptif dari variabel perilaku konsumtif siswa memiliki rata-rata skor 40,17 berada pada kriteria Tinggi, sehingga perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA N 1 Semarang tahun angkatan 2016/2017 tergolong Tinggi. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu “Ada pengaruh penggunaan media sosial instagram, teman sebaya dan status sosial ekonomi orangtua terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA N 1 Semarang tahun angkatan 2016/2017”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji F lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000 yang berarti variabel penggunaan media sosial instagram, teman sebaya dan status sosial ekonomi orangtua secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA N 1 Semarang tahun angkatan 2016/2017. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis H1 dalam penelitian ini diterima.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dibahas dalam BAB IV, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut: 1. Hasil analisis deskriptif dari variabel perilaku konsumtif siswa berada pada kriteria tinggi dengan rata-rata skor 40,17. Hal tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA N 1 Semarang angkatan 2016/2017 tinggi.

Sedangkan untuk variabel bebas dalam penelitian ini yaitu :

1. Variabel penggunaan media sosial instagram berada pada kriteria tinggi dengan rata-rata sebesar 37,74. Variabel teman sebaya berada pada kriteria tinggi dengan rata-rata sebesar 30,26. Variabel status sosial ekonomi orangtua berada pada kriteria sangat tinggi dengan rata-rata sebesar 26,8.
2. Ada pengaruh positif penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA N 1 Semarang angkatan 2016/2017 secara parsial yakni sebesar 11,28%.

3. Ada pengaruh positif teman sebaya terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA N 1 Semarang angkatan 2016/2017 secara parsial yakni sebesar 16,48%.
4. Ada pengaruh status sosial ekonomi orangtua terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA N 1 Semarang angkatan 2016/2017 secara parsial yakni sebesar 16%.
5. Ada pengaruh penggunaan media sosial, teman sebaya dan status sosial ekonomi orangtua terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA N 1 Semarang angkatan 2016/2017 secara simultan yakni sebesar 52,9 %.

DAFTAR PUSTAKA

- Afianti, Bintana, dan Yonisa Riza. "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas XI IPS MAN SIDOARJO" hlm 2-3
- Aghni, Aldi dan Ali Hidayat. 2017. "45 Juta Pengguna Instagram, Indonesia Pasar Terbesar di Asia".. https://m.tempo.co/read/news/4_5-juta-pengguna-instagram-indonesia-pasar-terbesar-di-asia. (2 September 2017)
- Andin. 2016. "Hubungan Interaksi Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI di Sma N 6 Yogyakarta". E-Jurnal Bimbingan Dan Konseling Edisi 2 Tahun Ke-5
- Enrico, Aldo, Aron, Ritchie, Weriyan dan Oktavia. 2014. "The Factors that
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. 2012. "Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. Jurnal Psikologi". Volume 11 No. 1. Jakarta: Universitas Esa Unggul
- Hidayatun, Umi. 2015. "Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Dan Dukungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas Xi Sma Muhammadiyah 3 Yogyakarta Tahun Pelajaran 2014/2015". Skripsi. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta
- Influenced Consumptive Behavior: A Survey of University Students in Jakarta". Journal of Scientific and Research Publications, Volume 4 Issue 1. Cikarang: President University
- Fatimah, Kartini. 2017. "Indonesia, Pengguna Instagram Terbesar Se Asia Pasifik"..<https://kompas.com/teknoread/indonesia-pengguna-instagram-terbesar-se-asia-pasifik>. (2 September 2017)
- F.T. Antow, Angelina. 2016. "Pengaruh Layanan Online Shop (Belanja Online) Terhadap Konsumerisme Siswa Sma Negeri 9 Manado". Ejournal "Acta Diurna" Volume V. No.3
- Holmes, David. 2002. "Communication Theory: Media, Technology, and Society". Terjemahan Teguh Wahyono Utomo. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Kementrian Perdagangan RI. 2014. "Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementrian Perdagangan RI"
- Ioanäs, Elisabeta, dan Ivona Stoica. 2014. "Social Media and its Impact on Consumers Behavior. International Journal of Economic Practices and Theories, Vol. 4, No. 2". Romania: Romanian American University

- Juliarindah, Rezki. 2013. “*Dampak Penggunaan Blakberry Messenger Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Siswi SMA 1 Samarinda dalam Berbelanja Online*”. eJournal Ilmu Komunikasi. Volume 1, Nomer 4 . Universitas Mulawarman. Hlm 31-32
- Khairunnisa. 2014. “*Dampak Aplikasi Instagram terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Dalam Berbelanja Online di Kalangan Siswa Siswi SMA N 2 Tenggarong*”. eJournal Ilmu Komunikasi. Universitas Mulawarman
- Melita, Fitria, Eva. 2015. “*Dampak Online Shop Di Instagram Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic Di Samarinda*”. eJournal Ilmu Komunikasi volume 1 nomor 3
- Qodari, Anisa. 2015. “*Perilaku Konsumtif Melalui Online Shopping Fashion pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta*”. Skripsi. Solo: Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Rahayu, Tri Setiyani. 2013. “*Pengaruh Peran Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI di SMA Kesatrian 1 Semarang*”. Skripsi
- Santosa, Slamet. 2004. “*Dinamika Kelompok*”. Jakarta: Bumi Aksara
- Wahyuni, Tri, Endang. “*Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi*
- Munandar Soelaeman. 2006. “*Ilmu Sosial Dasar : Teori dan Konsep Sosial*”, Bandung :Refika Aditama, h. 149
- Murisal. (Tanpa Tahun). “*Pengaruh Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Puteri*”. Jurnal Ilmiah Kajian Gender
- Nitisusastro, Mulyadi. 2013. “*Perilaku Konsumen dalam perpektif kewirausahaan*”. Bandung: Alfabeta
- Putri, Andisya. 2016 . “*Pengaruh Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial Facebook Dan Twitter Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Pendidikan Ips*”. Skripsi. Jakarta : UNJ. Halaman 11
- mahasiswa fakultas ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta*”. Yogyakarta: Universitas PGRI Yogyakarta
- Widodo, Antoni. 2015 . “*Hubungan Status Sosial Ekonomi Orang Tua dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswi (Studi Kasus: Mahasiswi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*”. Skripsi. Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah
- Yusuf, Syamsu LN. (2009). “*Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*”. Bandung: Kosdakrya.