

Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Nurita Dewi[✉], Rusdarti, St. Sunarto

Prodi Pendidikan Ekonomi, Pascasarjana Universitas Negeri Semarang, Indonesia.

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Diterima 12 Februari
2017
Disetujui 1 April 2017
Dipublikasikan 2 Juni
2017

Keywords:
Consumer Behavior;
Family Environment;
Financial Literacy;
Peers; Self Control;

Abstrak

Perilaku konsumtif adalah kegiatan konsumsi yang tidak didasarkan pada kebutuhan tetapi pada keinginan dan kepuasan semata. Perilaku konsumtif mulai muncul ketika terjadi perubahan pada pola perilaku konsumsi, yaitu menjadi perilaku konsumsi yang tidak rasional atau hanya karena faktor emosional. Secara teoritis perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor budaya, social, pribadi dan psikologi. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh antara lingkungan keluarga, teman sebaya, pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif baik secara langsung maupun tidak langsung melalui literasi keuangan sebagai variabel intervening. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa FEB Unisbank Semarang dengan sampel sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan (1) lingkungan keluarga berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif sebesar 25,6% (2) Teman sebaya berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif sebesar 34,7% (3) Pengendalian diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif sebesar 16,1% (4) Pengaruh total lingkungan keluarga terhadap perilaku konsumtif sebesar 0,85% (5) Pengaruh total teman sebaya terhadap perilaku konsumtif sebesar 17,94% (6) Pengaruh total pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif sebesar -11,21% (7) Literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif sebesar 31,3%.

Abstract

Consumer behavior is the consumption activities not based on need but on desire and satisfaction. Consumer behavior began to appear when there is a change in behavior patterns of consumption, which becomes irrational consumer behavior or simply because of emotional factors. Theoretically consumer behavior is influenced by cultural, social, personal and psychological. The purpose of the research is to know the influence of the family environment, peers, self-control toward consumer behaviour both directly and indirectly through financial literacy as intervening variable. The subject of this study are students FEB Unisbank Semarang with a sample of 100 respondents. The results showed (1) family environment negatively affect consumer behavior of 25.6% (2) Peers positive influence on consumer behavior of 34.7% (3) Self-control negatively affect consumer behavior of 16.1% (4) The influence of total family environment against consumer behavior of 0.85% (5) The Influence of total peers against consumer behavior of 17.94% (6) The influence of total Self-control against consumer behavior of -11.21% (7) Financial Literacy negatively effect to consumer behavior of 31.3%.

© 2017 Universitas Negeri Semarang

[✉] Alamat korespondensi:

Kampus Unnes Kelud Utara III, Semarang, 50237, Indonesia.

E-mail: nuritadewi65@yahoo.co.id

[p-ISSN 2301-7341](https://doi.org/10.24054/jee.v6i1.12345)

[e-ISSN 2502-4485](https://doi.org/10.24054/jee.v6i1.12345)

PENDAHULUAN

Konsumsi menjadi sebuah kewajiban karena berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan pokok, sedangkan perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai pemenuhan kebutuhan untuk diri sendiri secara berlebihan tanpa memandang keadaan sekitar (Murisal, 2007). Semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang terus mendorong seseorang untuk melakukan kegiatan membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa yang ada (Sumarwan, 2011). Perilaku konsumtif seringkali dikaitkan dengan kecenderungan belanja, karena berbelanja dapat dijadikan alternative untuk melepas penat dan stress akibat aktivitas sehari-hari. Manusia yang konsumtif akan rela melakukan dan pengorbankan berbagai hal agar dapat memilikinya. Suminar (2015) menemukan 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 menunjukkan status sosial, prestige, kekayaan dan keistimewaan, juga untuk mendapatkan kepuasan akan kepemilikan.

Teori perilaku konsumen dalam penelitian ini mengaplikasikan bahwa mahasiswa dalam memilih, membeli, menggunakan barang dan jasa harus berdasarkan kebutuhannya bukan berdasarkan pada keinginan. Hal ini jika diterapkan akan mencegah mahasiswa berperilaku konsumtif. Kebanyakan teori awal mengenai perilaku konsumen didasarkan pada teori ekonomi, dengan pendapat bahwa individu bertindak secara rasional untuk memaksimalkan keuntungan (kepuasan) mereka dalam membeli barang dan jasa. Kotler dan Keller (2009) mengatakan bahwa Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, social, 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 social yaitu dari lingkungan keluarga dan teman sebaya, sub faktor

pribadi yaitu pengendalian diri dan subfaktor psikologis dari literasi keuangan.

Studi tentang keluarga dan hubungan mereka dengan pembelian dan konsumsi adalah penting, tetapi kerap diabaikan dalam analisis perilaku konsumen (Setiadi, 2008:271). Keluarga merupakan tempat terjadinya proses sosialisasi yang akan menjadi pedoman bagi anak, maka seorang anak akan tumbuh dengan perilaku yang baik pula di masyarakat, jika yang terjadi adalah sebaliknya maka tidak jarang anak akan berperilaku buruk kepada lingkungan masyarakat. Teman sebaya merupakan kelompok anak-anak dengan tingkat kedewasaan yang sama dan menerapkan prinsip-prinsip hidup bersama serta saling memberikan pengaruh kepada anggota kelompok. Remaja sering dihadapkan pada penerimaan atau penolakan teman sebaya di dalam pergaulan. (Murisal, 2007:202) menyimpulkan bahwa untuk menghindari penolakan teman sebaya, maka remaja cenderung mengikuti hal-hal yang sama dengan kelompok sebaya agar diterima dengan baik di dalam kelompok sebaya. Salah satunya adalah dengan mengikuti pola hidup konsumtif dari kelompok teman sebaya. Pengendalian diri dalam hal pengelolaan keuangan merupakan sebuah aktivitas yang mendorong seseorang untuk melakukan penghematan dengan menurunkan pembelian impulsive (Putra, dkk, 2012). Pengelolaan keuangan pribadi juga menuntut adanya pola hidup yang memiliki prioritas. Kedisiplinan yang merupakan kesadaran diri untuk mematuhi aturan serta kemampuan diri untuk menyesuaikan dirinya dengan perubahan, maka secara eksplisit telah menyentuh kontrol diri (self control). Literasi keuangan menurut Program International for Student Assesment (PISA, 2012) adalah pengetahuan dan pemahaman terhadap konsep keuangan dan resiko, keahlian, motivasi dan kepercayaan diri untuk menerapkan pengetahuan dan pemahaman untuk membuat keputusan atas berbagai aspek keuangan, untuk memperbaiki kesejahteraan financial seseorang atau kelompok dan untuk ikut serta dalam kegiatan ekonomi. Literasi keuangan akan membantu individu menjadi konsumen yang lebih baik, kritis melihat kualitas, harga dan pelayanan dari suatu produk. Literasi keuangan sebenarnya

sudah diajarkan oleh orang tua, sekolah dan lingkungan sekitar baik secara langsung maupun tidak langsung, seperti pembelajaran untuk menabung, mengurangi jajan, menghitung bunga tabungan, dan sebagainya.

Unisbank Semarang sebagai entrepreneurial university berinisiatif mengajak jiwa muda yang mempunyai semangat dan kreatifitas untuk mengembangkan potensi yang ada di dalam diri. Sehingga diharapkan mahasiswa FEB dapat memiliki perilaku yang lebih rasional dan matang dalam melakukan tindakan ekonomi, seperti mengalokasikan sumber daya dengan cerdas dan mempertimbangkan biaya/manfaat dari suatu barang. Ini terlihat pada kebanyakan mahasiswa FEB yang sudah mendapatkan pengetahuan dari pembelajaran mata kuliah ekonomi, akuntansi, manajemen, tapi pada kenyataannya mahasiswa belum dapat bersikap rasional, karena semakin modernnya zaman, canggihnya alat komunikasi, fashion dengan gaya hidup mahasiswa yang bebas menjadikan mereka kurang dapat mengatur keuangannya. Oleh karena itu, mahasiswa memerlukan pemahaman keuangan sebagai bekal dalam pengelolaan keuangan serta pengambilan keputusan keuangan di masa kini maupun di masa depan demi keberlangsungan hidupnya.

Fenomena yang juga didukung dengan data perilaku konsumtif oleh 30 mahasiswa FEB Unisbank Semarang mahasiswa dalam melakukan pembelian dan konsumsi barang ingin sekali berbeda dengan orang lain dengan kriteria selalu 53%, sering 23%, jarang 13% dan tidak pernah 10%, sedangkan membeli atau mengkonsumsi barang demi menjaga penampilan diri dan gengsi dengan kriteria selalu 33%, sering sebesar 50%, jarang 10% dan tidak pernah 7%. Mahasiswa juga membeli atau mengkonsumsi barang tanpa mempertimbangkan harga dengan kriteria selalu 37%, sering 27%, jarang 13% dan tidak pernah 23%. Hal inilah kurangnya pengendalian diri pada mahasiswa hanya ikut-ikutan teman saja untuk menghindari gengsi dan lemahnya literasi keuangan mahasiswa untuk berpikir rasional dalam memanfaatkan penggunaan uang sakunya.

Berdasarkan persentase alokasi pengeluaran mahasiswa FEB Unisbank untuk kebutuhan lain-lain yang berkaitan dengan shopping, jalan-jalan memperoleh persentase yang paling tinggi dengan

persentase 46%. Kebutuhan makan, minum, tabungan mempunyai persentase sebesar 20%. Kebutuhan transport memiliki persentase sebesar 20%. Namun, untuk kebutuhan belajar seperti membeli buku, mengikuti seminar, print dan fotocopy memiliki persentase sebesar 14%. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa anggaran mahasiswa dalam kebutuhan belajar untuk kuliah lebih kecil dibandingkan dengan kebutuhan non makanan, makan dan transport. Hal ini mengindikasikan keadaan perilaku konsumtif sehingga menarik untuk diteliti. Padahal kebutuhan belajar yang lebih penting untuk menunjang karirnya merupakan investasi untuk masa depannya. Fenomena ini membuat mahasiswa tidak rasional dalam pembeliannya, sehingga mengarah ke pembelian konsumtif. Oleh karena itu tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh lingkungan keluarga, teman sebaya, pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif melalui literasi keuangan secara langsung maupun tidak langsung.

METODE

Penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif yang bersifat menguji hipotesis dari suatu teori yang telah ada. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEB Semarang yang masih aktif dalam perkuliahan dengan jumlah populasi sebanyak 1741 mahasiswa. Pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dalam Riduwan (2011) sehingga jumlah sampel diperoleh sebanyak 100 mahasiswa. Sumber data penelitian ini menggunakan kuesioner dengan teknik pengambilan sampelnya adalah proportional stratified random sampling. Penelitian menggunakan analisis deskriptif dan melakukan uji asumsi klasik serta menggunakan analisis jalur (path analysis). Hasil uji normalitas dengan perhitungan kolmogorof-smirnof didapatkan nilai signifikansi diatas 0,05. Hal ini berarti bahwa data residual berdistribusi normal. Hasil uji multikolonieritas nilai toleransinya > 0.10 dan nilai VIF masing-masing variabel bebas < 10 , maka tidak mengandung multikolonieritas dan model regresi tidak mengandung heterokedastisitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Table 1. Hasil Analisis Regresi Berganda I dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Terikat

Variabel	Stand. Beta	t hit.	Sig.	Adj. R Square
Lingkungan Keluarga	0,182	2,034	0,045	
Teman Sebaya	-0,190	-2,231	0,028	0,395
Pengendalian Diri	0,442	4,991	0,000	

Sumber: Data Primer diolah (2016)

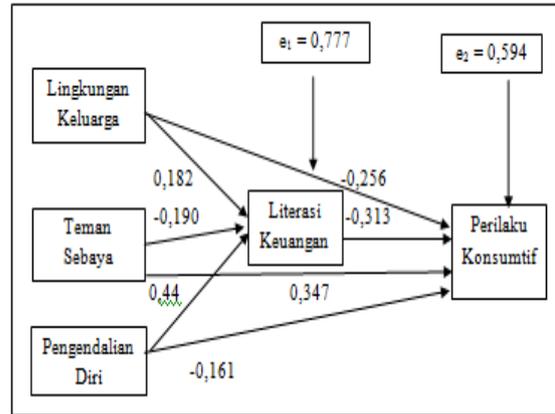
Sehingga didapat persamaan regresi :
 $X_4 = 0,182X_1 - 0,190 X_2 + 0,442X_3 + 0,777$

Table 2. Hasil Analisis Regresi Berganda II dengan Perilaku Konsumtif sebagai Variabel Terikat

Variabel	Stand. Beta	t hit.	F hit.	Sig.	Adj. R Square
Lingk. Keluarga	-0,256	-3,665		0,000	
Teman Sebaya	0,347	5,191		0,000	
Pengendalian Diri	-0,161	-2,124	46,19	0,036	0,646
Literasi Keu.	-0,313	-4,014		0,000	

Sumber: Data Primer diolah (2016)

Sehingga didapat persamaan regresi :
 $Y_1 = - 0,256 X_1 + 0,347 X_2 - 0,161X_3 - 0,313X_4 + 0,594$



Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Perilaku Konsumtif

Pengaruh lingkungan keluarga terhadap perilaku konsumtif membuktikan kebenaran teori perilaku konsumen Assael (1992) yang menjelaskan bahwa faktor lingkungan mempengaruhi konsumen dalam melakukan suatu keputusan pembelian perilaku konsumtif karena pilihan konsumen terhadap barang dan jasa dipengaruhi oleh lingkungan yang mengitarinya. Kotler (2009) pengaruh yang lebih langsung terhadap perilaku pembelian setiap hari adalah keluarga prokresi (family of procreation) yaitu pasangan dan anak-anak. Hasil penelitian menunjukkan koefisien variabel lingkungan keluarga bertanda negatif dengan nilai t hitung sebesar 3,665 pada tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Selanjutnya koefisien regresi sebesar 0,256 atau 25,6% menyatakan bahwa semakin rendah lingkungan keluarga maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif, berarti H1 di terima.. Hal ini membuktikan orang tua berperan penting dalam memberikan perhatian terhadap anak dan mereka menjaga masalah gaya hidup anak yang baik akan memberikan panutan bagi anak mereka nanti untuk mengurangi perilaku konsumtifnya, tapi jika semakin rendah lingkungan keluarga maka akan semakin tinggi perilaku konsumtifnya. Hasil penelitian ini menguatkan hasil penelitian Purwanti (2011) yang menemukan bahwa ada pengaruh status social ekonomi orang tua dan persepsi siswa atas lingkungannya terhadap perilaku konsumsi.

Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif

Sumarwan (2014) Teman dan sahabat bagi seorang konsumen akan memenuhi beberapa kebutuhan konsumen: kebutuhan akan kebersamaan, kebutuhan rasa aman, kebutuhan untuk mendiskusikan berbagai masalah ketika konsumen merasa enggan untuk membicarakannya dengan orang tua atau saudara kandung. Hasil penelitian diketahui bahwa variabel teman sebaya bertanda positif dengan nilai t hitung sebesar 5,191 pada tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Selanjutnya diperoleh koefisien regresi sebesar 0,347 atau 34,7% menyatakan bahwa semakin tinggi pengaruh teman sebaya maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif, berarti H2 di terima. Besar pengaruh yang sangat tinggi maka akan mendorong perilaku konsumtif mahasiswa yang semakin mengarah kearah pemborosan. Hasil penelitian ini menguatkan hasil penelitian Andin (2016) yang menjelaskan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara interaksi teman sebaya dengan perilaku konsumtif. Sejalan dengan penelitian Hidayatun (2015) menemukan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara dukungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif remaja.

Pengaruh Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif

Pengaruh pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif membuktikan kebenaran menurut Syamsul (2010) kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk mengendalikan dorongan-dorongan, baik dari dalam diri maupun dari luar diri individu. Nofsinger (2005) menjelaskan bahwa seseorang mengontrol pengeluarannya dengan melawan keinginan atau dorongan untuk membelanjakan uang secara berlebihan atau dengan kata lain membelanjakan uang berdasarkan keinginan bukan kebutuhan, sehingga pengendalian diri berhubungan dengan perilaku konsumtif secara lebih baik. Hasil penelitian diketahui bahwa variabel pengendalian diri bertanda negatif dengan nilai t hitung 2,124 tingkat signifikansi $0,036 < 0,05$. Selanjutnya diperoleh koefisien regresi sebesar 0,161 atau 16,1% menyatakan bahwa semakin rendah pengaruh pengendalian diri maka akan semakin

rendah perilaku konsumtif, berarti H3 di terima. Besar pengaruh pengendalian diri yang sangat rendah maka akan mendorong perilaku konsumtif mahasiswa yang semakin mengarah kearah pemborosan. Hasil penelitian ini menguatkan hasil penelitian Chita, R. C. M, dkk (2015) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara self control dengan perilaku konsumtif. Hasil penelitian yang sama Anggraini, dkk (2014) menyatakan bahwa ada hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Esa Unggul.

Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Literasi Keuangan

Keluarga merupakan lembaga pendidikan yang pertama dan utama (Slameto; 2010). Dalam proses pengajaran literasi keuangan, dari lahir sampai dewasa anak melihat dan meniru perilaku orang tua mereka. Suryani (2013) keluarga berperan penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Konsumen sebagai anggota keluarga sering berinteraksi dengan anggota keluarga yang lain sehingga, perilakunya secara tidak langsung merupakan hasil interaksi tersebut. Hasil pengolahan dan pengujian uji jalur menyatakan bahwa tidak ada pengaruh variabel lingkungan keluarga terhadap perilaku konsumtif melalui literasi keuangan berdasarkan perhitungan pengaruh total effect sebesar $0,85\% < 6,55\%$ berarti bahwa H4 ditolak. Pengaruh langsung lingkungan keluarga menunjukkan rendahnya lingkungan keluarga terhadap perilaku konsumtif maka mengakibatkan semakin tinggi perilaku konsumtif. Pengaruh tidak langsung literasi keuangan menunjukkan hasilnya yang semakin menurun, sehingga keteladanan dan pembiasaan dalam keseharian orang tua serta intensitas komunikasi antara anak dengan orang tua dalam kehidupan keluarga memiliki peranan penting dalam mengajarkan pendidikan keuangan di keluarga dalam hal pengelolaan keuangan. Hasil penelitian Suparti (2016) menyimpulkan bahwa literasi keuangan merupakan determinan perilaku konsumtif ibu rumah tangga. Hasil penelitian lainnya oleh Jorgensen (2007) menjelaskan bahwa siswa yang belajar banyak tentang mengelola keuangan pada orang tua mereka memiliki pengetahuan keuangan yang

lebih tinggi dari pada siswa yang tidak belajar tentang mengelola keuangan pada orang tua mereka.

Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Literasi Keuangan

Kelompok acuan adalah individu atau kelompok yang dijadikan rujukan yang mempunyai pengaruh nyata bagi individu Suryani (2013). Perilaku konsumsi dan pengambilan keputusan konsumen sering dipengaruhi melalui interaksi kelompok sebaya. Myers (2010) menyebutkan kelompok teman sebaya adalah dua orang atau lebih yang memiliki usia sama yang berinteraksi dalam waktu yang lama dan mempengaruhi satu sama lain serta saling merasa satu sama lain sebagai kita. Hasil penelitian menunjukkan uji jalur menyatakan bahwa ada pengaruh variabel teman sebaya terhadap perilaku konsumtif melalui literasi keuangan berdasarkan perhitungan pengaruh total effect sebesar 17,94% > pengaruh langsung 12% hal ini berarti bahwa H5 diterima. Teman sebaya sebagai kelompok yang lebih memberikan pengaruh dalam cara berpakaian, hobi, perkumpulan (club) dan kegiatan-kegiatan sosial lainnya. Mahasiswa FEB Unisbank Semarang dihadapkan pada penerimaan atau penolakan teman sebaya di dalam pergaulan. Untuk menghindari penolakan teman sebaya maka mahasiswa cenderung mengikuti hal-hal yang sama dengan kelompok sebaya agar diterima dengan baik di dalam kelompok sebayanya. Hasil Imawati, dkk (2013) menjelaskan bahwa kelompok pertemanan seseorang akan mempengaruhi financial literacy seseorang, mempengaruhi pola konsumsi dan penggunaan dari uang yang ada.

Pengaruh Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Literasi Keuangan

Pengendalian diri dalam hal pengelolaan keuangan merupakan sebuah aktivitas yang mendorong seseorang untuk melakukan penghematan dengan menurunkan perilaku konsumtif. Putra, dkk (2012) menjelaskan bahwa self control dalam hal pengelolaan keuangan merupakan sebuah aktifitas yang mendorong untuk melakukan penghematan dengan menurunkan pembelian impulsif. Hasil pengolahan

dan pengujian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh variabel pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif melalui literasi keuangan berdasarkan perhitungan pengaruh total effect sebesar 11,21% < pengaruh langsung berarti bahwa H6 ditolak. Hendaknya mahasiswa mampu mengontrol diri agar tidak berlebihan dalam berkonsumsi menghindari dari berbagai godaan buruk untuk dirinya sendiri. Nuraeni (2015) menemukan bahwa terdapat pengaruh negatif dan signifikan kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif untuk produk fashion.

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

PISA (2012) menyatakan, financial literacy dapat mendorong perubahan perilaku seseorang ke arah yang lebih positif dalam membelanjakan uangnya. Dengan demikian, seseorang yang memiliki pengelolaan keuangan yang bagus akan membatasi diri berhutang untuk kepentingan konsumtif dan menyimpan uangnya untuk kesejahteraan yang lebih baik. Hasil pengolahan dan pengujian menunjukkan bahwa literasi keuangan bertanda negatif dengan nilai t hitung 4,014 tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Selanjutnya diperoleh koefisien regresi sebesar 0,313 atau 31,3% menyatakan bahwa semakin rendah pengaruh literasi keuangan maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif, berarti H7 di terima. Hal ini sesuai dengan temuan Imawati, dkk (2013) menjelaskan bahwa financial literacy memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif siswa. Harli, dkk (2015) menyimpulkan financial literacy dan usia berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan mahasiswa non Fakultas Ekonomi.

SIMPULAN

Ada pengaruh negatif dan signifikan lingkungan keluarga terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FEB Unisbank Semarang artinya semakin rendah lingkungan keluarga maka akan semakin tinggi perilaku konsumtifnya.

Ada pengaruh positif dan signifikan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FEB Unisbank Semarang artinya

semakin tinggi pengaruh teman sebaya maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya.

Ada pengaruh negatif dan signifikan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FEB Unisbank Semarang artinya semakin tinggi literasi keuangan mahasiswa FEB Unisbank Semarang maka semakin rendah perilaku konsumtifnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andin. 2016. Hubungan Interaksi Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Pda Siswa Kelas XI Di SMA N 6 Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Chita, R. C. M., Lydia, D., & Cicilia, P. 2015. "Hubungan Antara Self-Control dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas SAM Ratulangi Angkatan 2011". Jurnal e-Biomedik (eBm), Vol. 3, No. 1, Januari – April 2015.
- Harli, F. C., Linawati, N. & Memarista, G. 2015. "Pengaruh Financial Literacy dan Faktor Sosiodemografi Terhadap Perilaku Konsumtif". Jurnal Fakultas Ekonomi. Universitas Kristen Petra. Finesta Vol. 3, No. 1, (2015) 58-62.
- Hidayatun, U. 2015. "Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Dukungan dengan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta Tahun Pelajaran 2014/2015". E-Jurnal Bimbingan dan Konseling Edisi 10 Tahun 2015.
- Imawati, I., Susilaningsih, & Elvia, I. 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. <http://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/ekonomi/article/viewFile/2684/187> (diunduh 2 April 2016).
- Putra, A., Handayani, S., & Pambudi, A. 2012. Perilaku Pengendalian Diri Pada Perilaku Manajemen Keuangan Personal Berdasarkan Pada Teori Planned Behavior Menggunakan Pendekatan Partial Least Square. Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul.
- Setiadi, N, J. 2008. Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Kencana.
- Sumarwan, U. 2011. Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi 2. Bogor:Graha.
- Suminar, E. & Meiyuntari, T. 2015. "Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja". Persona, Jurnal Psikologi Indonesia. Mei 2015, Vol. 4, No. 02, hal 145-152. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Syamsul, B.T. 2010. Psikologi Pendidikan Berbasis Analisis Empiris Aplikatif. Jakarta: Kencana.