

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi sekarang ini, semua segi kehidupan sudah semakin canggih. Apa aja yang kita butuhkan semuanya serba ada dan instan. Pihak perusahaan terus berlomba-lomba dalam menghasilkan bermacam-macam produk demi memenuhi kebutuhan masyarakat, baik kebutuhan primer, sekunder, maupun kebutuhan tersier. Salah satu memenuhi kebutuhan dilakukan dengan cara berbelanja. Belanja dilakukan oleh seseorang untuk memenuhi kebutuhan akan produk dan jasa, akan tetapi apabila dilakukan secara berlebihan dapat mengindikasikan sebagai suatu perilaku yang merugikan. Saat ini dengan banyaknya pusat perbelanjaan dan teknologi informasi maupun telekomunikasi yang semakin canggih untuk memasarkan suatu produk, maka semakin mudah pula cara untuk menarik konsumen. Hal tersebut secara tidak langsung mempengaruhi peningkatan daya beli masyarakat. Terjadinya peningkatan daya beli masyarakat tersebut juga dikarenakan masyarakat tidak lagi berpusat hanya pada pemenuhan kebutuhannya, tetapi juga untuk memenuhi keinginan-keinginannya.

Perilaku konsumtif merupakan pembelian yang terjadi ketika seorang konsumen tiba-tiba mengalami keinginan yang kuat untuk membeli sesuatu secepatnya atau kecenderungan ingin berbelanja di sekitar secara spontan. Dalam kehidupannya, seseorang yang berperilaku konsumtif menghabiskan uangnya untuk membeli barang-barang ataupun jasa yang menjadi keinginannya tanpa

memperdulikan kebutuhan yang seharusnya dipenuhi lebih dulu. Perilaku konsumtif tersebut bisa terjadi pada siapa saja, tanpa terkecuali pada mahasiswa.

Penelitian ini sangat penting dilakukan, untuk membatasi perilaku konsumtif mahasiswa yang bisa membawa kedalam hal yang negatif dan seterusnya, hal itu dapat dilihat dari pengamatan terhadap mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan yang sering tertarik membeli produk karena diskon ataupun ada hadiah yang ditawarkan oleh produsen, mahasiswa senang berbelanja produk yang memiliki kemasan dan desain yang menarik dan membeli produk yang mereka anggap menarik sesuai dengan apa yang sedang *trend*, hal tersebut terjadi agar mahasiswa tersebut terlihat *up to date*. Oleh sebab itu perilaku konsumtif tersebut perlu dikaji ataupun diteliti guna untuk menghindari terjadinya masalah perilaku konsumtif yang sangat tinggi di Universitas HKBP Nommensen Medan Prodi Pendidikan Ekonomi.

Berdasarkan fenomena tersebut menggambarkan bahwa ternyata masih banyak mahasiswa yang menggunakan ataupun membelanjakan uang yang mereka miliki untuk kesenangan yang bersifat sementara. Setiap mahasiswa memiliki perilaku konsumtif yang berbeda karena adanya faktor yang mempengaruhi, dan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu faktor internal dan eksternal. Dimana faktor internal itu di lihat dari faktor psikologis dan karakteristik pribadi, sedangkan faktor eksternal di lihat dari orang-orang yang berada disekelilingnya. Hal ini juga dipengaruhi oleh pergaulan teman sebaya mahasiswa.

Pergaulan teman sebaya dapat diartikan sebagai salah satu yang membuat terbentuknya perilaku konsumtif, dimana pergaulan teman sebaya merupakan hubungan interaksi sosial antara individu atau kelompok yang memiliki status, usia, hobi atau pemikiran yang hampir sama. Pergaulan teman sebaya di kalangan mahasiswa bisa menjadi faktor untuk berperilaku konsumtif karena mahasiswa cenderung bersikap ikut-ikutan dengan teman atau mengikuti trend yang sedang terjadi. Hampir setiap hari mahasiswa akan bertemu dengan teman-temannya baik di dalam kampus ataupun di luar kampus, baik itu sedang mengerjakan tugas atau sekedar nongkrong bersama. Adanya pergaulan teman sebaya mampu mempengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan sesuatu. Bahkan, tidak jarang mahasiswa melakukan sesuatu bukan karena kebutuhannya melainkan pendapat atau opini orang lain dan juga mudah terpengaruh dengan ajakan teman-temannya khususnya dalam berbelanja .

Maka dari itu, mahasiswa dapat dikatakan berperilaku konsumtif didukung dengan ungkapan dari beberapa mahasiswi program pendidikan ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan, Nia Gultom (stambuk 2019) menyatakan dirinya merasa lumayan boros , seringkali uang bulanannya digunakan untuk membeli makanan/minuman yang sedang viral dan membeli produk kecantikan, namun tidak memiliki buku penunjang perkuliahan, Neksen (stambuk 2020) mengungkapkan bahwa dirinya juga cukup boros, uangnya seringkali digunakan untuk nongkrong dan juga membeli skincare, namun neksen tidak memiliki buku penunjang perkuliahan, hal tersebut sama halnya seperti yang diungkapkan Ester (stambuk 2021) yang masih dibiayai orang tua menyatakan dirinya juga termasuk

lumayan boros dan seringkali ingin segera memakai uangnya saat memiliki uang yang lebih, entah untuk jalan-jalan atau sekedar membeli perlengkapan kuliah seperti baju, tas maupun kosmetik, namun tidak memiliki buku penunjang kuliah. Begitu juga dengan Netty (2022) yang menyatakan dirinya lumayan boros, uangnya seringkali digunakan membeli skincare dan juga berbelanja diaplikasi belanja online seperti *shoope*, namun tidak memiliki buku penunjang perkuliahan. Dari ungkapan-ungkapan tersebut menyimpulkan bahwa mahasiswa program ekonomi dapat dikatakan konsumtif, dan sering mengabaikan kebutuhan utama mereka sebagai mahasiswa seperti buku penunjang perkuliahan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan Tahun 2023**

1.2 Identifikasi Masalah

Sebagaimana yang dipaparkan dalam latar belakang masalah di atas, maka timbul permasalahan yaitu sebagai berikut :

- a) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi ketika membelanjakan uangnya seringkali tidak rasional sehingga mengarah pada perilaku konsumtif
- b) Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan mudah terpengaruh dengan ajakan teman-temannya khususnya dalam berbelanja

- c) Mahasiswa banyak yang menggunakan ataupun membelanjakan uang yang mereka miliki untuk kesenangan yang bersifat sementara
- d) Mahasiswa cenderung bersikap ikut-ikutan dengan teman atau mengikuti trend yang sedang terjadi.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas yang telah ditetapkan di atas serta untuk menghindari adanya kemungkinan meluasnya masalah yang akan diteliti maka peneliti membatasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut Pengaruh Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan Tahun 2023.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada batasan masalah yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah yang akan diteliti yaitu Apakah terdapat pengaruh pergaulan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan Tahun 2023.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan, tujuan penelitian ini dilaksanakan Untuk mengetahui Pengaruh Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan Tahun 2023.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini terdiri dari manfaat Teoritis dan Manfaat Praktis :

1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mahasiswa mengenai perilaku konsumtif beserta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Dan peneliti ingin membuktikan bahwa pergaulan teman sebaya dapat mempengaruhi perilaku konsumtif.

2) Manfaat Praktis

- a. Bagi mahasiswa, hasil penelitian ini diharapkan agar mahasiswa mengetahui teori perilaku konsumtif, sehingga mampu lebih cermat dalam mengatur pola konsumsi
- b. Bagi dosen, diharapkan penelitian ini bermanfaat untuk dosen mengetahui bagaimana pengaruh pergaulan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif, sehingga dalam pembelajarannya dapat mengajarkan mahasiswa membuat list kebutuhan berdasarkan skala prioritas sehingga tidak terpengaruh oleh pergaulan teman sebaya
- c. Bagi jurusan, hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat dan memberikan kontribusi positif sebagai input dan bahan pertimbangan bagi pihak jurusan sehingga menghasilkan output yang kompeten dan berkualitas.

- d. Bagi peneliti, dapat menambah pengalaman dan pengetahuan mengenai perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan.

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pergaulan Teman Sebaya

2.1.2 Pengertian Pergaulan Teman Sebaya

Pergaulan dalam Kamus Bahasa Indonesia berasal dari kata dasar gaul yang artinya hidup berteman (berkawan) dengan akrab. Sedangkan pergaulan merupakan salah satu cara seseorang untuk berhubungan dengan lingkungannya. Dalam menunjang aktivitas sosialnya, seorang individu perlu melakukan pergaulan dengan individu lainnya. Sebagian besar waktunya dihabiskan untuk berhubungan atau bergaul dengan teman sebaya.

Obergriesser & Stoeger dalam Ardiansyah (2022) menyatakan bahwa “Pergaulan merupakan proses interaksi antara individu mahasiswa dengan yang lainnya dan bila berlangsung dengan jangka waktu tertentu maka akan membentuk jalinan persahabatan atau pertemanan”. Pergaulan sehari-hari yang dilakukan individu satu dengan yang lainnya yaitu setingkat usianya, pengetahuannya, pengalamannya, dan sebagainya. Pergaulan sehari-hari ini dapat terjadi antara individu dengan kelompok maupun kelompok dengan kelompok.

Berdasarkan pengertian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa pergaulan adalah hubungan atau interaksi yang terjadi antara individu atau kelompok secara langsung, dimana individu satu dapat mempengaruhi yang lain atau sebaliknya.

Soejono Soekanto dalam Syarifuddin (2019) mengatakan bahwa “Teman sebaya (*peer*) adalah sebagai sebuah kelompok sosial yang sering didefinisikan

sebagai orang yang memiliki kesamaan sosial atau kesamaan ciri-ciri, tingkat usia dan tujuan”. Sedangkan Endang Mei Yuliana dalam Istiqomah & Septiani (2022) menyatakan bahwa “Teman sebaya adalah sekelompok remaja yang berinteraksi dan memiliki minat, kedewasaan, pengalaman, tujuan serta aturan yang sama”. Teman sebaya berperan sebagai sarana feedback dalam menggali dan mendapatkan sumber informasi selain itu teman sebaya berperan juga sebagai sarana kebutuhan sosial emosional, Sementara Menurut Sumardjono dalam Tambunan & Hutasuhut (2018) “Teman sebaya adalah anak atau remaja yang kurang lebih berada pada taraf usia yang sama atau berada pada taraf perkembangan yang sama pula”.

Teman sebaya adalah seseorang yang dapat membuat kita merasa aman karena secara tidak langsung seorang teman akan saling melindungi temannya dari apapun yang dapat membahayakan temannya. Selain itu, sebuah pertemanan dapat dijadikan sebagai suatu hubungan yang bisa saling berbagi dalam suka ataupun duka, saling memberi dengan ikhlas, saling percaya, saling menghormati, dan saling menghargai.

Teman sebaya sebagai sebuah kelompok sosial sering didefinisikan sebagai semua orang yang memiliki kesamaan sosial atau yang memiliki kesamaan ciri-ciri, seperti kesamaan tingkat usia. Pada teman sebaya untuk pertama kalinya remaja menerapkan prinsip-prinsip hidup bersama dan bekerja sama. Jalinan yang kuat itu memiliki nilai-nilai dan simbol-simbol tersendiri yang tidak dijumpai dengan apa yang ada di rumah mereka masing-masing. Di dalam

kelompok sebaya individu akan belajar bergaul dengan sesamanya dan mereka akan belajar memberi dan menerima dengan sesama temannya.

Anggena Pricila dalam Susanti (2016) menyatakan bahwa “Pergaulan teman sebaya merupakan kehidupan berdampingan dengan orang yang berada disekitar kita, seperti teman dan sahabat yang rentan usianya tidak jauh berbeda, keluarga, teman sepekerjaan, teman sekolah, lingkungan tempat tinggal dan orang-orang sekitar seperti masyarakat yang berpengaruh pada kehidupan kita”.

Dari pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa pergaulan teman sebaya adalah hubungan atau interaksi antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, kelompok dengan kelompok yang memiliki rentang usia sama atau hampir sama yang dapat saling mempengaruhi.

2.1.3 Peran Pergaulan Teman Sebaya

Dalam kelompok teman sebaya setiap individu mempunyai peranan dalam bersosialisasi antar anggota tentang bagaimana cara berinteraksi, bertingkah laku, dan mencapai suatu tujuan. Teman sebaya mempunyai kontribusi yang sangat positif terhadap perkembangan kepribadian remaja. Namun di sisi lain, tidak sedikit pula remaja yang melakukan tindak kenakalan karena pengaruh pergaulan teman sebaya.

Syamsu Yusuf dalam Annisa (2018) mengemukakan peranan pergaulan teman sebaya yaitu sebagai berikut :

1. Belajar bagaimana berinteraksi dengan orang lain

Teman sebaya mengajarkan seorang individu bagaimana menjalin suatu hubungan dengan teman yang ada dikelompoknya. Dalam berteman mereka akan lebih mudah bergaul dan bersosialisasi karena

mereka memiliki berbagai kesamaan, seperti usia, status sosial, dan minat serta tujuan.

2. Belajar mengontrol tingkah laku sosial

Dalam berteman seorang anak akan lebih mudah mengikuti, karena perilaku setiap individu mewakili perilaku seluruh kelompok. Hal ini memudahkan orang tua dan guru disekolah untuk mengontrol tingkah laku anak.

3. Belajar mengembangkan ketrampilan, dan minat sesuai usia

Dengan berteman, seseorang dapat mengembangkan keterampilannya karena banyak teman dalam kelompok yang memiliki minat yang sama. Dalam hal ini anak akan lebih mudah dalam mengembangkan keterampilan dan minatnya.

4. Belajar Saling bertukar perasaan dan masalah.

Dalam berteman seorang merasa nyaman saat berteman karena temannya sering lebih memahami dirinya dan masalah yang dihadapi.

Dari uraian tersebut maka dapat diketahui bahwa teman sebaya sebagai lingkungan sosial bagi remaja mempunyai peranan yang cukup penting bagi perkembangan kepribadiannya. Teman sebaya memberikan sebuah dunia tempat dimana para remaja melakukan sosialisasi dengan suasana yang berhasil mereka ciptakan sendiri.

2.1.4 Pengaruh Pergaulan Teman Sebaya

Pergaulan teman sebaya dapat mempengaruhi perilaku. Pengaruh tersebut bisa berupa pengaruh positif dan juga berupa pengaruh negatif. Pengaruh positif yang dimaksud adalah ketika seorang individu bersama teman-temannya melakukan aktifitas yang bermanfaat seperti membentuk kelompok belajar serta

mengerjakan tugas dengan berkelompok dan patuh kepada norma-norma yang ada.

Sedangkan pengaruh negatifnya seperti melakukan pelanggaran terhadap norma-norma sosial misalnya meniru perilaku teman sebaya yang berpakaian tidak sopan, berbicara kotor karena terpengaruh dari teman sebayanya.

Desmita dalam M. Ag (2021) menjabarkan adanya dampak positif dan negatif teman sebaya yaitu sebagai berikut :

a. Dampak positif

- 1) Memperoleh dorongan emosional dan sosial dari teman sebaya untuk menjadi lebih independen.
- 2) Meningkatkan keterampilan sosial, mengembangkan kemampuan penalaran, dan belajar mengekspresikan perasaan dengan cara yang baik.
- 3) Meningkatkan harga diri, yaitu dengan menjadi orang yang disukai oleh teman-temannya membuat anak merasa senang tentang dirinya.

b. Dampak negatif

- 1) Anak yang ditolak atau diabaikan oleh teman sebayanya akan memunculkan perasaan kesepian atau permusuhan.
- 2) Budaya dari teman sebaya bisa jadi merupakan suatu bentuk kejahatan yang merusak nilai dan kontrol orang tua.
- 3) Teman sebaya dapat mengenalkan anak kepada hal-hal yang menyimpang seperti merokok, minum alkohol, narkoba dan sebagainya.

Conny R. Semiawan dalam Suhaida (2019) mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi pergaulan teman sebaya, yaitu:

1) Kesamaan usia

Kesamaan usia lebih memungkinkan seseorang untuk memiliki minat dan kesamaan topik pembicaraan atau kegiatan yang sama sehingga mendorong terjalinnya hubungan pertemanan dengan teman sebaya ini.

2) Situasi

Faktor situasi berpengaruh disaat banyaknya teman akan cenderung memilih permainan yang kompetitif daripada permainan yang kooperatif.

3) Keakraban

Kolaborasi dan kerjasama ketika pemecahan masalah lebih baik dan efisien bila dilakukan oleh seseorang diantara teman sebaya yang akrab.

4) Ukuran kelompok

Apabila jumlah anak dalam kelompok hanya sedikit, maka interaksi yang terjadi cenderung lebih baik, lebih kohesif, lebih berfokus, dan lebih berpengaruh.

5) Perkembangan kognisi

Anak yang kemampuan kognisinya meningkat, pergaulan dengan teman sebayanya juga meningkat.

Berdasarkan uraian dan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kesamaan usia, situasi, keakraban, dan perkembangan kognisi memiliki peranan penting dapat memilih sebuah pergaulan teman sebaya. Melalui beberapa hal tersebut seseorang dapat mengetahui pertemanan yang seperti apa yang baik terhadap dirinya supaya tidak merugikan dirinya.

2.1.5 Indikator Pergaulan Teman Sebaya

Teman sebaya (peer group) juga dapat menyebabkan mahasiswa yang juga sebagai konsumen melakukan pembelian produk dengan alasan ingin sama.

Mereka akan mengikuti gaya dan trend yang ada di lingkungan teman sebayanya agar dapat berbaur dengan teman sebayanya. Mahasiswa akan lebih memprioritaskan keinginan untuk mengikuti trend daripada memprioritaskan kebutuhannya. Untuk saat ini, mahasiswa tidak melihat dampak yang akan terjadi ketika mereka selalu melakukan pembelian produk berdasarkan keinginan. Kebutuhan yang harusnya dipenuhi saat ini akan bergeser dan dipenuhi ketika seluruh keinginan konsumen sudah terpenuhi dahulu.

Menurut Winaryo dalam Sudarta et al (2022) bahwa indikator pergaulan teman sebaya terdiri dari: a). Interaksi sosial yang diinginkan b). Kebiasaan yang dilakukan teman sebaya c). Keinginan meniru (imitasi) d). Sikap solidaritas e). Memberikan pengetahuan yang tidak bisa diberikan oleh keluarga atau memberikan pengalaman baru f). Dorongan atau dukungan teman sebaya.

Selanjutnya menurut Semiawan dalam Dasmeri (2017) bahwa indikator pergaulan teman sebaya adalah sebagai berikut :

1) Kesamaan usia

Kesamaan usia lebih memungkinkan anak untuk memiliki minat dan kesamaan topik pembicaraan atau kegiatan yang sama sehingga mendorong terjalinnya hubungan pertemanan dengan teman sebaya ini.

2) Situasi

Faktor situasi berpengaruh disaat banyak anak-anak akan cenderung memilih permainan yang kompetitif daripada permainan yang kooperatif. Dimana permainan kompetitif ini peserta saling bersaing satu sama lain untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan, permainan kooperatif dimana peserta atau pemain bekerja sama dan saling mendukung satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama

3) Keakraban

Kolaborasi, kerjasama dan keterbukaan ketika memecahkan sebuah masalah lebih baik dan efisien bila dilakukan oleh anak diantara teman sebaya yang akrab. Kedekatan tersebut mendesak timbulnya sikap yang mendukung untuk terjadinya pertemanan.

4) Perkembangan kognisi

Seseorang yang memiliki kemampuan kognisinya tinggi, pergaulan dengan teman sebayanya juga meningkat. seseorang yang keterampilan kognisinya lebih unggul cenderung tampil sebagai pemimpin atau anggota kelompok yang memiliki pengaruh dalam kelompoknya, khususnya ketika kelompok menghadapi persoalan yang perlu dipecahkan.

Berdasarkan uraian di atas penulis memilih untuk menggunakan indikator pergaulan teman yang dipaparkan oleh Semiawan dalam Dasmeri (2017) dikarenakan indikator-indikator yang disajikan sesuai dengan kondisi yang terjadi pada objek penelitian yaitu mahasiswa.

2.2 Perilaku Konsumtif

2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku adalah suatu kegiatan atau aktivitas makhluk hidup. Perilaku manusia merupakan hasil dari segala pengalaman serta interaksi manusia dengan lingkungannya. Perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang individu terhadap stimulus yang berasal dari luar maupun dari dalam dirinya. Konsumerisme memiliki keberagaman yang menarik untuk dipelajari karena ia meliputi seluruh individu dari berbagai kalangan usia, latar belakang budaya, pendidikan, dan keadaan sosial ekonomi lainnya. Oleh karena itu, sangatlah penting untuk mempelajari bagaimana seseorang dapat berperilaku konsumtif dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku tersebut. Perilaku konsumtif

seringkali dikaitkan dengan kecenderungan belanja, karena berbelanja dapat dijadikan alternatif untuk melepas penat dan stress akibat aktivitas sehari-hari. Manusia yang konsumtif akan rela melakukan dan pengorbankan berbagai hal agar dapat memilikinya.

Suminar dalam Dewi et al (2017) Menjelaskan 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”.

Menurut Anggadita dan Wardani dalam Sudarta et al (2022) “Perilaku Konsumtif adalah perilaku membeli barang atau jasa yang berlebihan tanpa pertimbangan rasional demi mendapatkan kepuasan hasrat sebesar besarnya yang bersifat berlebihan”.

Mahasiswa sering kali menjadi sasaran pasar produsen karena mahasiswa termasuk kategori remaja yang dalam proses mencari jati diri yang sering kali melakukan kegiatan konsumtif. Perilaku konsumtif yang banyak terjadi di lingkungan mahasiswa tentu dipengaruhi oleh beberapa faktor pendorong. Kemudahan dalam akses untuk mendapatkan apa yang di inginkan saat ini terbilang mudah. Mulai dari kemudahan dalam mendapatkan sesuatu melalui sosial media, keinginan akan suatu barang yang sedang tren tanpa memperhitungkan nilai fungsional, dan lingkungan yang ikut mempengaruhi perilaku konsumtif tersebut. Apalagi di zaman sekarang berbelanja sudah sangat

mudah, hanya menggunakan handphone barang bisa datang dan diantar langsung ke rumah, tidak perlu capek-capek pergi ke mall. Seperti salah satu aplikasi perbelanjaan yaitu shoope yang semakin banyak fiturnya dan sudah mempunyai fitur *shoope paylater*. Seseorang bisa memesan barang namun bayarnya bisa di bulan depan, dan itu sudah banyak digunakan oleh orang-orang, ataupun seseorang bisa memesan barang menggunakan *shoopepay* yaitu hanya dengan mengisi saldo shoopepay dari indomaret atau dari mobile banking kemudian barang yang dipesan bisa dibayarkan langsung sehingga orang tersebut hanya menerima barang jika estimasi pengiriman sudah sampai di alamat tujuan.

Menurut Aprilia dalam Kurniawan et al (2022) bahwa “perilaku konsumtif merupakan perilaku atau kegiatan yang dilakukan oleh setiap individu yang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor sosiologis yang berasal dari kehidupan individu itu sendiri yang dapat menyebabkan individu itu sendiri melakukan konsumsi secara berlebihan atau boros, dengan membeli barang yang di inginkan bukan yang dibutuhkan”.

Berdasarkan teori para ahli dapat saya simpulkan bahwa pengertian perilaku konsumtif merupakan perilaku mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan ataupun sifat boros yang terdapat pada setiap individu tanpa pertimbangan yang matang dan dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor sosiologis yang berasal dari kehidupan individu itu sendiri.

2.2.2 Ciri-ciri Perilaku Konsumtif

Pada umumnya manusia yang memiliki sifat konsumtif tidak pernah merasa puas dengan barang atau kebutuhan yang di milikinya. Meskipun demikian, sifat konsumtif tiap orang tidak selalu sama.

Menurut Hurlock dalam Moulina (2021) bahwa ciri-ciri remaja berperilaku konsumtif ada beberapa yaitu:

- 1) Mulai mencari identitas diri melalui penggunaan simbol status dalam bentuk pakaian dan pemilikan barang-barang lain yang mudah terlihat.
- 2) Bersifat ambivalen terhadap setiap perubahan sehingga pendiriannya tidak kuat.
- 3) Meningginya emosi, yang intensitasnya bergantung pada tingkat perubahan fisik dan psikologis yang terjadi sehingga mudah untuk dipengaruhi
- 4) Munculnya rasa takut tidak diterima teman sebaya jika tidak berpenampilan sama.
- 5) Memiliki sifat ingin tau terhadap informasi yang diterima sehingga ingin mencoba sesuatu yang baru,
- 6) Mulai mencari identitas diri yang ditunjukkan dalam pakaian, berbicara, dan memilih tokoh yang di idolakan
- 7) Mulai tahu menghias diri dan menggunakan berbagai asesoris yang dapat menimbulkan kepercayaan diri.

Sedangkan menurut Astasari dalam Afifah (2022) bahwa ciri-ciri perilaku konsumtif yaitu:

- 1) Mudah terpengaruh dengan penawaran atau bujukan penjual
- 2) Mudah terbujuk oleh iklan terutama dengan cover atau sampul bungkus barang
- 3) Tidak memiliki pola pikir yang hemat

- 4) Mudah terbujuk dan tidak memiliki pola pikir yang realistis

Dengan adanya ciri-ciri tersebut perilaku konsumtif disebabkan oleh keinginan bukan kebutuhan. Mereka cenderung berperilaku konsumtif tanpa melihat kebutuhan yang utama.

2.2.3 Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah suatu tindakan pembelian atau penggunaan produk yang di dasarkan pada keinginan untuk memenuhi kesenangan, kepuasan dan kenyamanan fisik bukan berdasarkan kebutuhan dan pembelian suatu produk sebagian besar dipengaruhi oleh faktor di luar kebutuhan diri.

Menurut Hidayati dalam Luas et al (2023) aspek-aspek perilaku konsumtif ada beberapa yaitu meliputi :

- 1) Pembelian Impulsif

Pembelian barang yang semata-mata hanya didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat tanpa melalui pertimbangan dan perencanaan serta keputusan dilakukan di tempat pembelian.

- 2) Pemborosan

Pembelian yang lebih mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan sehingga menyebabkan seseorang mengguakan uang untuk bermacam-macam keperluan yang tidak sesuai dengan kebutuhan pokok.

- 3) Mencari kesenangan

- 4) Mencari kepuasan.

Sedangkan menurut Daniella Putri Islamy dalam Miranda (2017) bahwa aspek-aspek perilaku konsumtif yaitu:

1. Pembelian Impulsif (Rational buying)

Pembelian yang terjadi ketika konsumen mengalami desakan tiba-tiba, yang biasanya sangat kuat dan menetap untuk membeli sesuatu dengan segera.

2. Pemborosan

Perilaku yang menghambur-hamburkan banyak dana tanpa di sadari adanya kebutuhan yang jelas.

3. Pembelian tidak Rasional (Non rational buying)

Perilaku dimana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan.

2.2.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Konsumtif merupakan perilaku yang dilakukan manusia pada umumnya. Perilaku tersebut dipengaruhi oleh berbagai hal, misalnya usia, tempat tinggal, pendidikan, tingkat kebutuhan dan lainnya.

Menurut Dikria & Mintarti (2016) ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu:

1. Faktor kebudayaan (kebudayaan, subbudaya)
2. Faktor sosial (kelompok referensi, keluarga, peran dan status)
3. Faktor pribadi (umur dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri)
4. Faktor psikologis (motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap)

Selanjutnya menurut Suminar dan Meiyuntari dalam Kadeni & Sriyani (2018) menyatakan Perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

1. Faktor Internal/ Individu terdiri atas:
 - a. Faktor psikologis, yang meliputi kecenderungan seseorang untuk berbelanja atau melakukan pembelian tanpa menggunakan kemampuan rasionalnya.
 - b. Karakteristik pribadi, seperti usia, pekerjaan, kondisi keuangan, kepribadian, dan jenis kelamin.
2. Faktor Eksternal
 - a. Lingkungan sosial, termasuk pergaulan teman sebaya
 - b. Budaya lokal
 - c. Kelas sosial ekonomi
 - d. Situasi keluarga

Berdasarkan uraian dan penjelasan di atas dapat disimpulkan pergaulan teman sebaya dapat berperan dalam mengurangi perilaku konsumtif yang berlebihan. Faktor psikologis (motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap) mempunyai peran penting dalam mengatur pergaulan teman sebaya terhadap seseorang. Melalui cara proses belajar dan sikap maupun motivasi, individu dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam memilih pertemanan yang baik dan dapat menghindari perilaku konsumtif yang merugikan.

2.2.5 Indikator Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah suatu dorongan dalam diri individu untuk melakukan konsumsi tiada batas, dimana lebih mementingkan faktor emosional

dari pada faktor rasional atau lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan. Dalam melakukan penelitian ada beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur dan menggambarkan seberapa besar tingkat perilaku konsumtif seseorang. Sumartono dalam Sari et al (2018) merumuskan beberapa indikator perilaku konsumtif yaitu :

1) Membeli produk karena iming-iming hadiah

Individu membeli suatu barang dikarenakan adanya hadiah dan *bonus buy I get I* yang ditawarkan jika membeli barang tersebut serta tertarik karena adanya potongan harga. Contohnya produk yang ditawarkan dengan diskon 50-70%.

2) Membeli produk karena kemasannya menarik

Konsumen sangat mudah terbujuk untuk membeli suatu produk menyukai bentuk produk yang dikemas secara menarik dan berkesan. Contohnya membeli barang karena kemasannya lucu atau unik, dikemas dengan bagus dan rapi ataupun produk yang ingin dibeli dikemas dengan warna yang ia sukai sesuai dengan karakter pribadinya.

3) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

Konsumen akan cenderung membeli dan menggunakan produk jenis sama dan fungsi sama dengan merek yang berbeda dari produk sebelum ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis digunakan. Contohnya produk kecantikan yang mempunyai fungsi yang sama namun merek berbeda.

4) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi

Konsumen membeli produk dengan tujuan menarik perhatian orang lain dan mendapatkan pujian dari orang disekitar. Pada umumnya, konsumen lebih memilih membeli barang yang dianggap dapat menjaga penampilan diri, dibanding dengan membeli barang yang lebih dibutuhkan. Contohnya membeli pakaian yang bervariasi agar tetap *fashionable*, membeli pakaian yang sedang *trend*

- 5) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya)

Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung membeli barang-barang yang mahal agar terlihat mewah atau glamour. Konsumen mempertimbangkan harga namun bukan atas dasar manfaat dan kegunaan.

- 6) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status

Konsumen mempunyai kemampuan membeli produk yang tinggi baik dalam membeli pakaian yang mahal, berdandan, bergaya, dan sebagainya memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi dan merasa bahwa barang di pakai dapat mencerminkan status sosialnya.

- 7) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal dapat meningkatkan kepercayaan diri

Konsumen sangat mudah terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya bahwa memiliki barang yang harganya mahal akan meningkatkan kepercayaan diri

- 8) Memakai produk Karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. Konsumen cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan publik figur produk tersebut. Bahkan, konsumen juga membeli produk yang di iklankan oleh idolanya serta mengoleksi barang yang dibeli guna meniru penampilan idolanya tersebut.

Indikator selanjutnya bersumber dari Melina & Wulandari (2018) pada penelitiannya untuk mengukur perilaku konsumtif menggunakan indikator faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Dimana keempat faktor ini menyatakan keempat hal tersebut menjadi indikasi seseorang dalam melakukan konsumsi yang menjadikan seseorang melakukan perilaku konsumtif

yang berlebihan sehingga menjadikan kegiatan ekonominya tidak dapat mengikuti aturan yang baik dalam melakukan konsumsi. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Mawo & Thomas (2017) menggunakan indikator: (a) mendapatkan; (b) mengonsumsi. Kedua indikator tersebut dapat dinyatakan dapat mengukur tingkat perilaku konsumtif seseorang.

Berdasarkan beberapa indikator yang telah dipaparkan di atas penulis memilih untuk menggunakan indikator perilaku konsumtif untuk mengukur tingkat perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi stambuk 2019, 2020, 2021 dan 2022 Universitas HKBP Nommensen Medan, berdasarkan pendapat Sumartono dalam Sari et al (2018) dikarenakan indikator-indikator yang disajikan sesuai dengan kondisi yang terjadi pada objek penelitian yang digunakan mahasiswa.

2.3 Penelitian Relevan

Untuk mendukung penelitian ini, peneliti juga menggunakan penelitian lain, yaitu :

1. Penelitian yang Melania Ramadhani (2021), yang berjudul “Pengaruh Pergaulan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh pergaulan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilatar belakangi

oleh masih ada mahasiswa pendidikan ekonomi yang terpengaruh oleh pergaulan teman sebaya salah satunya dengan berperilaku konsumtif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pergaulan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

2. Penelitian yang sudah dilakukan oleh Susanti, S. (2016), yang berjudul “Pengaruh Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan Pontianak”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh pergaulan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan Pontianak. Metode penelitian yang digunakan adalah metode asosiatif dengan bentuk penelitian adalah kausal. Alat pengumpulan data adalah observasi, wawancara dan angket. Berdasarkan t hitung sebesar 18,958 menunjukkan bahwa ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Hasil yang di peroleh yaitu H_a diterima dan H_0 ditolak yang mana H_a terdapat pengaruh Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan Pontianak.
3. Penelitian yang sudah dilakukan oleh Robby, Galana Miftahul (2020), dengan judul “Pengaruh Teman Sebaya dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh teman sebaya dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2017 Universitas Negeri Medan yang berjumlah 85 mahasiswa. Metode analisis data menggunakan regresi ganda dilakukan dengan bantuan SPSS Versi 21. Selanjutnya hasil penelitian menunjukkan:

- 1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi angkatan 2017 Universitas Negeri Medan
- 2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi angkatan 2017 Universitas Negeri Medan,
- 3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara teman sebaya dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi pendidikan ekonomi angkatan 2017 Universitas Negeri Medan.

Dalam penelitian ini terdapat perbedaan dengan penelitian terdahulu, yang terletak pada subjek penelitian dimana saya sebagai peneliti menggunakan Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan, serta objek dalam penelitian saya yaitu Universitas HKBP Nommensen Medan. Dalam penelitian ini memiliki dua variabel yaitu variabel Pergaulan Teman Sebaya (X) dan Perilaku Konsumtif (Y).

2.4 Kerangka Berpikir

Dalam sebuah penelitian tentulah dibutuhkan sebuah jalan pemikiran dimana menghubungkan setiap variabel yang ada seperti menghubungkan antara variabel bebas dan variabel terikat, hal tersebut dinamakan kerangka berpikir. Tujuan adanya kerangka berpikir ini untuk mengetahui jalan berpikirnya suatu penelitian yang akan diteliti untuk mempermudah peneliti melakukan penelitiannya. Dalam kerangka berpikir peneliti akan membahas permasalahan yang diangkat oleh peneliti, pembahasan akan dijelaskan menggunakan konsep teori yang berhubungan dengan masalah penelitian.

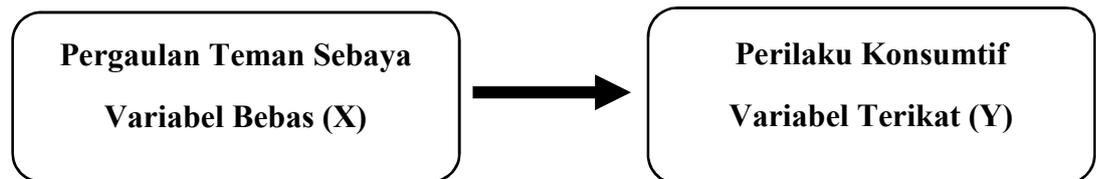
Pergaulan teman sebaya adalah hubungan atau interaksi antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, kelompok dengan kelompok yang memiliki rentang usia sama atau hampir sama yang dapat saling mempengaruhi.

Perilaku konsumtif merupakan perilaku mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan ataupun sifat boros yang terdapat pada setiap individu tanpa pertimbangan yang matang dan dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor sosiologis yang berasal dari kehidupan individu itu sendiri.

Secara umum kerangka berpikir dapat diartikan sebagai suatu dasar pemikiran yang mencakup penggabungan teori dan fakta serta kajian pustaka yang akan dijadikan landasan dalam menulis karya tulis penelitian, berdasarkan analisis untuk penelitian ini maka akan dilakukan penelitian “Pengaruh Pergaulan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan angkatan 2019, 2020, 2021 dan 2022.

2.5 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian menempatkan manusia sebagai subjek yang diteliti dalam sebuah fenomena yang diteliti, maka paradigma penelitian ini adalah :



Gambar 2.1 Paradigma Penelitian
(Sumber : Olahan peneliti)

2.6 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dari rumusan masalah yang telah dikemukakan hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan menjadi hipotesa alternatif (H_a) Dan Hipotesa Nol (H_0) sebagai berikut:

- a. H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara pergaulan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas HKBP Nommensen Medan.
- b. H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pergaulan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas HKBP Nommensen Medan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif ini digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk melihat seberapa besar pengaruh pergaulan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas HKBP Nommensen Medan.

3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Jurusan Prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas HKBP Nommensen Medan yang beralamat di Jl. Sutomo No.4A, Perintis, Kec. Medan Timur Kota Medan.

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada semester genap tahun ajaran 2022/2023.

3.3 Populasi Dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Populasi yang menjadi fokus dalam penelitian ini meliputi keseluruhan mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan stambuk 2020, 2021 dan 2022 yang berjumlah 100 orang.

Tabel 3.1 Jumlah Populasi

No	Angkatan	Jumlah Mahasiswa (orang)
1	2020	34
2	2021	32
3	2022	34
Jumlah		100

3.3.2 Sampel Penelitian

Banyak anggota sampel yang diperlukan dalam penelitian ini diambil berdasarkan tabel Krejcie (Krejcie & Morgan), yaitu dengan tingkat alpha 5%, serta dari jumlah populasi terjangkau yang berjumlah 100 orang maka sampel adalah sebanyak 78 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Proporsional Sampling*. Dimana, proporsional sampling yaitu pengambilan sampel dengan mengambil wakil dari tiap kelompok yang ada dalam populasi yang jumlahnya disesuaikan dengan jumlah anggota subjek yang ada di dalam masing-masing kelompok.

Sesuai dengan penjelasan di atas, maka jumlah sampel yang diambil yaitu tampak pada Tabel 3.2 berikut :

Tabel 3.2 Jumlah Sampel

No	Angkatan	Jumlah Sampel yang Diteliti
----	----------	-----------------------------

1	2020	$34 / 100 \times 78 = 27$ orang
2	2021	$32 / 100 \times 78 = 24$ orang
3	2022	$34 / 100 \times 78 = 27$ orang
Jumlah 78 orang		

3.4 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sesuatu yang berbentuk apa saja yang akan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga mendapat informasi dengan hal tersebut. Adapun yang menjadi variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Pergaulan Teman Sebaya (X).
2. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Perilaku Konsumtif (Y).

3.5 Instrumen penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan, memeriksa dan menyelidiki suatu masalah yang sedang diteliti. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kusioner atau angket dengan menyajikan kepada responden serangkaian pernyataan tertulis untuk dijawab. Skala yang digunakan peneliti adalah skala likert untuk memperoleh data terkait pengaruh pergaulan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif, adapun skala pengukuran yaitu: Sangat Setuju (SS) dengan skor 4, Setuju (S) dengan skor 3, Tidak Setuju (S) dengan skor 2, Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu pengumpulan sumber data yang diperoleh melalui data statistik yang terdiri dari data kuantitatif, maka teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut :

3.6.1 Observasi

Observasi merupakan salah satu proses yang dilakukan peneliti untuk mengetahui apa fenomena yang terjadi berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya, dengan tujuan untuk menemukan informasi yang dibutuhkan dalam melanjutkan penelitian. Dengan pendekatan observasi, peneliti memperoleh pemahaman tentang perilaku dan makna dibalik perilaku tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi dengan menyebarkan angket kepada stambuk 2019 dengan jumlah responden sebanyak 25 orang menggunakan *google form*.

3.6.2 Dokumentasi

Dalam penelitian ini, metode dokumentasi digunakan oleh peneliti dengan tujuan untuk memungkinkan pembaca melihat bukti nyata dari informasi yang diperoleh dari subjek penelitian. Proses dokumentasi ini akan melibatkan pengambilan foto saat distribusi kuisiner di lingkungan Universitas HKBP Nommensen Medan, dengan objek penelitian adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi.

3.6.3 Angket

Angket merupakan alat ukur untuk mengumpulkan data dengan membuat beberapa pernyataan yang sesuai dengan variabel yang diteliti. Peneliti menggunakan angket untuk mengukur pergaulan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. Kuisoner akan di sebar

melalui *google form* kepada mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi stambuk 2020, 2021 dan 2022.

Tabel 3.4 Kisi-kisi Instrumen Pergaulan Teman Sebaya dan Perilaku Konsumtif

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Pernyataan	No.Butir
1	Pergaulan Teman Sebaya (X)	Kesamaan Usia	a. Kesamaan topik pembicaraan	1. membicarakan tentang barang yang kami sukai 2. membicarakan tentang barang-barang yang diskon 3. saling membicarakan tentang barang yang sedang tren	1, 2, 3
			b. Kesamaan minat	4. Mempunyai kesamaan minat seperti mencoba makanan/minuman yang sedang viral 5. Mempunyai kesamaan minat seperti membeli barang-barang yang lucu	4, 5
			c. Kesamaan hobi	6. Mempunyai kesamaan hobi seperti melihat barang-barang yang sedang diskon diaplikasi belanja online 7. Mempunyai kesamaan hobi seperti mengoleksi barang yang disukai 8. Mempunyai kesamaan hobi traveling saat	6, 7, 8, 9

			liburan 9. Mempunyai kesamaan hobi seperti berbelanja untuk menenangkan pikiran	
Situasi	a. Pemilihan permainan kompetitif	10. Saling bersaing dengan teman sebaya	10	
	b. Pemilihan permainan kooperatif	11. Saling bekerja sama dengan teman sebaya 12. Saling mendukung dengan teman sebaya	11, 12	
Keakraban	a. kolaborasi	13. berkolaborasi dalam mengikuti kegiatan yang memungut biaya, contohnya kegiatan masak bersama 14. berkolaborasi dalam mengikuti kegiatan yang memungut biaya, contohnya jalan-jalan bersama teman	13, 14	
	b. kerjasama	15. bekerjasama dalam mencari barang-barang yang sedang diskon melalui aplikasi belanja online 16. berkerjasama dalam mencari tempat rekreasi yang sedang viral untuk dikunjungi 17. bekerjasama dalam mencari tempat tongkrongan yang	15, 16, 17	

				<i>worth it</i> untuk dikunjungi, contohnya menunya yang tidak terlalu mahal dan wifi tersedia	
			c. keterbukaan	18. memiliki sikap yang terbuka kepada teman saat mengalami sebuah masalah, contohnya meminjam uang kepada teman disaat uang bulanan belum dikirim 19. memiliki sikap terbuka dan memberikan bantuan saat teman sedang mengalami masalah, contohnya meminjamkan uang kepada teman yang sedang butuh	18, 19
		Perkembangan Kognisi	a. Kemampuan kognisi yang tinggi	20. Mempunyai Kemampuan atas Pemahaman tentang materi yang dipaparkan oleh dosen 21. Mempunyai Kemampuan dalam menyelesaikan tugas kuliah yang diberikan oleh dosen 22. Mempunyai Kemampuan dalam bertingkah laku serta bertindak untuk memecahkan suatu masalah	20, 21, 22

			b. Keterampilan kognisi yang unggul	<p>23. Mempunyai keterampilan dalam mengingat materi perkuliahan yang dipaparkan dosen</p> <p>24. Mempunyai keterampilan dalam penalaran yang logis dalam memecahkan suatu masalah</p> <p>25. Mempunyai keterampilan dalam menangkap materi perkuliahan yang dipaparkan oleh dosen</p>	23, 24, 25
2	Perilaku Konsumtif (Y)	Membeli produk karena iming-iming hadiah	a. Tertarik adanya potongan harga	<p>1. Tertarik membeli suatu produk karena adanya potongan harga</p> <p>2. tertarik membeli barang yang ditawarkan dengan diskon 50-70%</p>	1, 2
			b. Mendapat hadiah atau bonus	<p>3. tertarik dengan barang yang terdapat voucher hadiah atau bonus yang ditawarkan</p> <p>4. tertarik dengan barang yang terdapat bonus seperti <i>buy 1 get 1</i></p>	3, 4
		Membeli produk karena kemasannya menarik	a. Menyukai bentuk produk	<p>5. tertarik membeli barang yang terlihat lucu dan unik</p> <p>6. tertarik membeli produk karena bentuknya menarik dan berkesan</p>	5, 6

			b. Tertarik pada kemasan produk	7. Tertarik dengan produk yang dikemas dengan bagus dan rapi	7
	Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)	a. Membeli dan menggunakan produk sejenis dengan merek berbeda meskipun barang yang lama bisa digunakan	8. Menggunakan produk kecantikan yang fungsinya sama namun dari merek yang berbeda 9. tidak tertarik mengeluarkan uang lebih untuk membeli produk yang sejenis dengan merek berbeda dan memiliki fungsi yang sama 10. membeli produk baru dengan merek lain meskipun yang lama masih bisa digunakan 11. membeli produk kecantikan yang fungsinya sama namun dari merek yang berbeda	8, 9, 10, 11	
	Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi	a. Menjaga penampilan diri	12. membeli suatu produk yang dapat menjaga penampilan diri 13. membeli pakaian yang bervariasi agar tetap <i>fashionable</i> 14. membeli pakaian yang sedang <i>tren</i> guna untuk menjaga penampilan diri	12, 13, 14	

		b. Menarik perhatian orang lain	15. Membeli suatu barang agar menarik perhatian orang lain	15
		c. Mendapatkan pujian dari orang sekitar	16. Membeli suatu barang agar mendapatkan pujian dari orang sekitar	16
	Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan berdasarkan manfaat atau fungsinya)	a. Mempertimbangkan harga produk	17. Membeli barang mahal agar terlihat mewah dan glamour 18. Membeli barang mahal walaupun tidak terlalu dibutuhkan	17, 18
		b. Tidak mempertimbangkan manfaat dan kegunaan produk	19. Tidak mempertimbangkan manfaat dan kegunaan produk sebelum membeli	19
	Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status	a. Kemampuan dalam membeli produk, berdandan dan bergaya untuk Mempertahankan status sosial	20. Mampu dalam membeli pakaian yang mahal 21. Berdandan dan bergaya agar terlihat berkesan dimata orang 22. Merasa bahwa barang di pakai dapat mencerminkan status sosial penggunanya	20, 21, 22
	Munculnya penilaian membeli produk dengan harga mahal dapat meningkatkan	a. Meningkatkan rasa percaya diri	23. Merasa percaya diri meningkat apabila menggunakan barang mahal	23

		kepercayaan diri			
		Memakai produk Karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan	a. Mengoleksi barang yang di iklankan oleh idolanya	24. mengoleksi barang yang diiklankan oleh tokoh idola	24
			b. Ingin terlihat seperti idolanya	25. ingin berpenampilan seperti tokoh idola yang mengiklankan produk	25

Diolah : Oleh Peneliti

3.7 Uji Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji Validitas

Uji instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas. Uji validitas dilakukan untuk mengukur data apakah data tersebut valid atau tidak dengan menggunakan alat ukur kusioner yang telah dibuat oleh peneliti. Uji validitas yang digunakan yaitu dengan uji validator, yang dimana dalam uji ini yang menguji adalah ahli. Adapun penguji dalam mengukur keabsahan data dalam kusioner peneliti terdapat tiga dosen, yaitu:

1) Ibu Prof. Dr. Dearlina Sinaga, S.E., M.M.

Dosen Pembimbing 1

2) Ibu Nova Yunita Sari, S.Pd, M.Pd.

Dosen Pembimbing 2

3) Bapak Dr. Sanggam Pardede, S.E., M.Pd.

Dosen Penguj 1

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Uji reliabilitas dapat juga diartikan sebagai ketetapan suatu tes apabila digunakan/diujikan pada subjek yang sama. Koefisien reliabilitas yang besarnya antara 0,50-0,60. Dalam penelitian ini memilih 0,06 sebagai koefisien reliabilitas. Adapun kreteria dari pengujian :

- 1) Apabila nilai koefisien reliabilitas $>0,5$ maka instrumen angket dalam bentuk skala secara keseluruhan dinyatakan reliabel atau terpercaya
- 2) Apabila nilai koefisien reliabilitas $<0,5$ maka instrumen angket dalam bentuk skala tidak reliabel dan tidak layak digunakan untuk mengumpulkan data.

3.8 Uji Prasyarat Analisis

3.8.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas yaitu pengujian untuk melihat pola distribusi dari data sampel yang diambil, apakah telah mengikuti sebaran distribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini dapat dideteksi dengan menggunakan plot normal yang diperoleh dengan bantuan SPSS. Ketentuannya adalah apabila output kurva normal P-plot menggambarkan sebaran data yang ada menyebar merata dan membentuk suatu garis linear (lurus), dapat disimpulkan bahwa data mempunyai distribusi normal.

Uji normalitas dengan menggunakan *Kolmogorov-smirnov* dasar pengambilan keputusan berdasarkan probabilitas atau signifikan yaitu jika nilai Asymp signifikan $<0,05$ maka distribusi dikatakan tidak normal. Sebaliknya jika nilai Asymp signifikan $>0,05$ maka distribusi dikatakan

normal. Model regresi yang baik adalah distribusi datanya normal atau mendekati normal. Untuk menguji normalitas dalam penelitian ini, yaitu menggunakan uji *kolmogorov-Smirnov*. Dengan menggunakan aplikasi *software* SPSS versi 22.

3.8.2 Uji Homogenitas

Uji homogenitas dimaksudkan untuk memperhatikan dua atau lebih kelompok data sampel berasal dari populasi yang sama. Pada penelitian ini teknik yang digunakan untuk menguji homogenitas yaitu dengan test of homogenitas variance. Cara menafsirkan hasil uji homogenitas dengan uji test of homogeneity of variance yaitu:

1. Jika signifikan yang diperoleh $>0,05$ maka variasi sampel adalah sama (homogen)
2. Jika signifikan yang diperoleh $<0,05$ maka variansi setiap sampel berbeda (tidak homogen)

3.8.3 Uji Linearitas

Uji Linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah data dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *test for linearitas* dengan taraf signifikan 0,05. Kriteria pengujian jika nilai signifikan lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan linear.

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana dilakukan untuk mengetahui linear hubungan antara satu variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Analisis ini digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel terikat (Y) apabila nilai variabel bebas (X) mengalami kenaikan atau penurunan, dan untuk mengetahui hubungan antara terikat dan bebas, apakah positif atau negatif dengan menggunakan pengelolaan data SPSS 22.

Berikut bentuk persamaan regresi linear sederhana:

$$Y = a + bX$$

X : Pergaulan Teman Sebaya

Y : Perilaku Konsumtif

3.9.2 Uji Keberartian Regresi (Uji F)

Uji keberartian regresi dilakukan untuk menguji apakah regresi yang didapatkan signifikan (berarti) atau tidak. Dengan dasar pengambilan keputusan yaitu $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah berarti. Untuk menguji keberartian regresi peneliti menggunakan SPSS versi 22.

3.9.3 Uji Keberartian Koefisien Regresi (Uji t)

Uji keberartian koefisien regresi (Uji t) dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel secara tersendiri terhadap variabel terikatnya maka dilakukan uji t. Jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel maka variabel independen (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y). Untuk mempermudah peneliti dalam mengolah data, maka peneliti menggunakan SPSS versi 22.

3.9.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur persentase total varian variabel dependen Y yang dijelaskan oleh variabel independen didalam garis regresi dengan melihat besarnya pengaruh variabel tersebut. Untuk mempermudah peneliti dalam mengolah data, maka peneliti menggunakan SPSS 22 untuk melihat seberapa besar pengaruh antara variabel X dan Y dengan melihat *R Square* dengan dengan ketentuan nilai koefisien determinasi (R^2) adalah antara nol atau satu.