

**DETERMINAN PERILAKU KONSUMTIF PADA SISWA JURUSAN IPS
KABUPATEN TEGAL**

M. Fathur Rahman¹, Kemal Budi Mulyono² Retno Puji Astrini³

fathur@mail.unnes.ac.id, sonmuly@mail.unnes.ac.id, retnopujiastrini24@students.unnes.ac.id
Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Abstrak

Perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli barang atau jasa secara berlebihan tanpa rasionalitas, lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. Perilaku konsumtif dapat diakibatkan oleh adanya perubahan pola hidup pada individu dan dorongan dari lingkungan. Tujuan penelitian ini terfokus untuk menganalisis pengaruh gaya hidup, literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif dengan konformitas teman sebaya sebagai variabel moderasi pada siswa jurusan IPS di SMA N 2 Slawi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian adalah kausalitas. Metode yang digunakan adalah metode survey. Populasi penelitian ini yaitu siswa kelas X dan XI Jurusan IPS SMA N 2 Slawi yang berjumlah 288 siswa dan sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 168 siswa menggunakan rumus *inverse square root methods*. Teknik pengambilan sampel adalah *proportionate random sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien sebesar 0,380, (2) literasi ekonomi negatif dan signifikan sebesar -0,131 (3) konformitas teman sebaya memoderasi gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dengan koefisien sebesar 0,149 dan (4) konformitas teman sebaya tidak mampu memoderasi pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif dengan koefisien sebesar 0,07 dan signifikansi 0,194.

Kata Kunci: *Perilaku Konsumtif, Gaya Hidup, Literasi Ekonom, Konformitas Teman Sebaya*

Abstract

Consumptive behavior is an act of buying goods or services in excess without rationality, prioritizing wants over needs. Consumptive behavior caused by changes in individual lifestyles and encouragement from the environment. The purpose of this study focused on analyzing the effect of lifestyle, economic literacy on consumptive behavior with peer conformity as a moderating variable in social studies students at SMA N 2 Slawi. This study is quantitative approach with the research design causality. The method used is the survey method. The population is the students of class X and XI of Social Sciences Department of SMA N 2 Slawi, totaling 288 students and the sample used in this research is 168 students using the inverse square root method. The sampling technique was proportionate random sampling. Data collection techniques using questionnaires and data analysis techniques using descriptive analysis and SEM-PLS. The results are (1) lifestyle had a positive and significant effect with coefficient 0.380, (2) literacy economic had negative and significant with coefficient -0.131 (3) peer conformity moderated lifestyle on consumptive behavior with a coefficient 0.149 and (4) conformity peers can't moderate the effect of economic literacy on consumptive behavior with coefficient 0.07 and significance 0.194.

Keywords: *Consumptive behaviour, Lifestyle, Economic Literacy, Peer Conformity*

PENDAHULUAN

Di era globalisasi, bidang industri mengalami kemajuan yang memunculkan rivalitas antar negara khususnya di lingkup ekonomi. Ketersediaan barang di pasar sangat melimpah (Putri & Indrawati, 2017), membuat masyarakat lebih mudah tertarik membeli produk. Di Indonesia sendiri, para pelaku usaha bersaing menciptakan inovasi pada produknya dan masyarakat saling berlomba mendapatkannya, hal ini membawa Indonesia menjadi negara konsumtif (Arif, 2020). Seseorang dipaksa untuk memenuhi kebutuhannya berupa barang ataupun jasa guna keberlanjutan hidup, namun di sisi lain sumber daya terbatas untuk memenuhi kebutuhan manusia. Ekonomi berperan penting atas menggunakan sumber daya yang terbatas untuk memenuhi kebutuhan mereka (Purwaningsih *et al.*, 2017)

Perkembangan memberi dampak dalam segala aspek kehidupan salah satunya memunculkan gaya hidup yang lebih modern (Pontororing, 2019). Gaya hidup modern salah satunya ditandai dengan perkembangan sarana dan prasaran dalam berbelanja, hal ini diwujudkan semakin maraknya mall, *cafe*, ataupun tempat perbelanjaan lainnya yang mengarah pada perilaku konsumtif (Murniatiningsih, 2017). Perilaku konsumtif dapat mempengaruhi pada siapa saja, termasuk remaja. Pengaruh remaja dalam kegiatan konsumsi cukup besar, remaja lebih sering berbelanja daripada segmen lain (Hoyer *et al.*, 2021). Remaja memiliki tendensi mengikuti tren yang sedang berkembang, tanpa alasan yang jelas dan rasional yang membawa ke arah perilaku konsumtif.

Remaja banyak menggunakan waktu mereka untuk berinteraksi dengan teman sehingga sering mengalami perubahan akibat pengaruh lingkungan sosial salah satunya konformitas yang memainkan

peran penting (Zhang *et al.*, 2016). Mayoritas konsumen remaja memiliki banyak teman, daya beli dan preferensi mereka dapat mudah terpengaruhi. Teman adalah sumber informasi utama tentang produk dan bersosialisasi adalah alasan utama remaja suka berbelanja (Hoyer *et al.*, 2021). Didukung oleh Halimatussakdiyah *et al.*, (2019) yang menyebutkan kelompok usia 13-21 tahun merupakan masa transisi, akibatnya remaja berusaha mencapai pola ideal yang peka terhadap banyak hal di sekitar mereka, tetapi remaja tidak pernah puas terhadap apa yang mereka miliki.

Remaja kini juga banyak terjebak dalam kehidupan konsumtif, seperti rela mengeluarkan uangnya untuk memenuhi keinginan bukan untuk memenuhi kebutuhan (Lestarina *et al.*, 2017). Dalam kesehariannya, remaja banyak menghabiskan uang mereka untuk membeli makanan, pakaian, perangkat elektronik, hiburan, dan lain sebagainya. Semua ini dilakukan remaja hanya untuk pamer dan mengikuti gengsi dan memaksakan untuk menyamakan gaya hidup mereka dengan teman sebaya. Seperti yang diketahui bahwa masa remaja merupakan fase di mana mereka masih labil dan sangat rentan terpengaruh lingkungan sosial salah satunya yaitu kelompok teman sebaya (Mridu & Kataria, 2017).

Penelitian ini dilakukan di SMA Negeri 2 Slawi mengingat SMA Negeri 2 Slawi cenderung berperilaku konsumtif, Berikut adalah data yang mempengaruhi siswa dalam berperilaku konsumtif :

Tabel 1. 1 Faktor perilaku konsumtif

No	Faktor Perilaku Konsumtif	Σ
1	Terpengaruh media sosial/iklan	7 Siswa (20,6%)
2	Mengikuti Teman	5 Siswa (14,7%)
3	Uang Saku	8 Siswa (23,5%)

4	Alasan Lain	14 Siswa (41,2%)
Total		34 Siswa (100%)

Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan bahwa perilaku konsumtif pun dapat didorong karena adanya unsur konformitas. Konformitas dapat diartikan sebagai usaha seseorang untuk dapat adaptasi diri dengan teman sebaya, dengan berperilaku kurang lebih sama atau identik akibat adanya tekanan yang nyata atau yang dibayangkan dari kelompok atau individu untuk mencapai tujuan tertentu (Azizah dan Listiara, 2017). Bagi sebagian remaja saat ini eksistensi merupakan sebuah kebutuhan. Remaja saat ini cenderung berperilaku konsumtif karena pengaruh *trendy*, seperti *trend fashion*, *trend* tempat hiburan seperti bioskop, tempat wisata dan kafe. Siswa jurusan IPS mendapat pengetahuan ilmu ekonomi yang seharusnya dalam kehidupan nyata mereka dapat mengimplementasikan dari hasil belajar mereka dan terhindar dari perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif merupakan perilaku individu yang cenderung lebih mementingkan hasrat dibandingkan dengan kebutuhan, dan menjurus hidup boros (Khoiriyah, 2020). Perilaku konsumtif, tidak lepas dari proses pembelian, terdapat dua faktor yang mengindikasikan kepuasan konsumen dalam pembelian. Pertama ialah sikap dari orang lain, kedua yaitu situasi-situasi tak terduga (Nafli, 2021). Konsumtif merupakan tindakan yang dilakukan manusia pada umumnya. Perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh beberapa hal misalnya usia, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, dan lain-lain. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif adalah (1) ingin tampak berbeda, (2) perasaan bangga dalam berpenampilan, (3) terpengaruh individu lain (4) menarik

perhatian individu lain Kurniawan (2017).

Perilaku konsumtif pada siswa dapat dipengaruhi oleh gaya hidup, literasi ekonomi dan konformitas teman sebaya. Faktor-faktor tersebut merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu faktor budaya (kebudayaan, sub kebudayaan, dan kelas sosial), sosial (kelompok acuan, keluarga, peran dan status), pribadi (umur, dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri), psikologis (motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan, dan sikap) (Kotler & Keller, 2012).

Secara logis perilaku konsumtif pada siswa merupakan perubahan perilaku yang disebabkan oleh gaya hidup individu. Gaya hidup merupakan pola perilaku manusia sehari-hari yang diekspresikan melalui aktivitas, opini dan minat individu (Christanto *et al.*, 2021). Gaya hidup adalah salah satu faktor yang dapat mendorong perilaku atau sikap yang merupakan faktor internal manusia. Gaya hidup efektif memahami sikap pelanggan, dinamika, pola konsumsi serta kebutuhan dan keinginan sehari-hari (He *et al.*, 2010; Prasad dan Aryasri, 2011; Qing *et al.*, 2012) dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Sinha dan Uniyal, 2013; Nair, 2018).

Pendapat Md Sham *et al.*, (2017) menyatakan gaya hidup adalah karakteristik perilaku individu yang berhubungan dengan sosial, konsumsi, hiburan dan cara berpakaian yang menjadi kebiasaan dan tindakan logis. Gaya hidup adalah salah satu indikator yang mempengaruhi perilaku seseorang. Gaya hidup identik dengan perilaku konsumtif agar mendapatkan citra diri dan terlihat *high class* dibanding orang lain (Kusuma *et al.*, 2020). Gaya hidup memiliki pengaruh terhadap perilaku

konsumtif melalui karakteristik, sifat, atau budaya yang menginginkan kesenangan. Gaya hidup merujuk pada ciri khas suatu kelompok tertentu yang identik dengan individualisme, ekspresi diri, dan kesadaran diri dalam ketertarikan pribadi (Octaviana, 2020).

Gaya hidup adalah salah satu faktor yang dapat mendorong perilaku atau sikap remaja yang merupakan faktor internal manusia. Gaya hidup menggambarkan bagaimana individu mengalokasikan pendapatan dan bagaimana pola konsumsinya yang didasarkan pada kebiasaan, minat dan opini. Menurut Kusnandar dan Kurniawan (2018) masyarakat kita mulai mengadopsi gaya hidup di berbagai negara maju. Dalam persepsi ekonomi gaya hidup menunjukkan bagaimana cara mengalokasikan pendapatan dan bagaimana pola konsumsinya. Diasumsikan Semakin tinggi gaya hidup pada siswa maka akan meningkatkan perilaku konsumtif siswa, sebaliknya apabila gaya hidup siswa rendah maka perilaku konsumtif cenderung rendah.

Pada temuan riset terdahulu ditemukan bahwa gaya hidup dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen (Sinha dan Uniyal, 2013; Nair, 2018). Riset yang dilakukan oleh Pulungan & Febriaty (2018) juga menunjukkan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan. Sejalan dengan penelitian Anggraini dan Santhoso (2017) yang menunjukkan gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen, kemudian Oktafikasari dan Mahmud (2017) menyimpulkan gaya hidup berpengaruh positif dan menunjukkan tingkat signifikansi. Berbeda dengan hasil riset yang dilakukan oleh Pohan *et al.*, (2021) dan Asisi, (2020) dalam riset ini tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif individu

Selain gaya hidup, perilaku konsumtif juga dapat dipengaruhi oleh rendahnya tingkat pemahaman literasi ekonomi. Literasi merupakan suatu pendekatan untuk mengembangkan kesadaran siswa akan suatu permasalahan dan membangun keterampilan siswa terkait komunikasi dan pemecahan masalah (Qureshi, 2020). Sedangkan literasi ekonomi merupakan kemampuan untuk menggunakan konsep ekonomi dan cara berpikir kritis dalam pengambilan keputusan ekonomi (Efendi *et al.*, 2019). Literasi ekonomi merupakan kemampuan untuk memahami dan memanfaatkan konsep dan prinsip dasar ekonomi seperti penawaran dan permintaan, inflasi dan persaingan dalam kehidupan (Al-rabaani, 2019; Reinhardt *et al.*, 2021).

Dalam teori perilaku konsumen menurut Kotler & Keller (2012), literasi ekonomi termasuk ke dalam faktor internal yang dapat keputusan pembelian konsumen dalam hal ini yaitu pembelajaran. Dalam proses pembelajaran individu akan memperoleh pengalaman dan pengetahuan. Pengetahuan ekonomi dapat mendasari seseorang dalam berperilaku. siswa yang mempunyai pengetahuan terhadap pengelolaan uang yang baik dan memahami skala prioritas akan lebih selektif dalam kegiatan konsumsi. literasi ekonomi adalah asumsi yang mendasari individu agar dapat berpikir rasional dalam bidang ekonomi, utamanya dalam pengambilan keputusan ekonomi (Stevani & Gumanti, 2019). Adanya literasi dapat meminimalisir perilaku konsumtif pada remaja dalam hal ini adalah siswa).

Tingkat pengetahuan ekonomi dapat diukur dengan empat indikator yaitu pengetahuan, keterampilan, sikap dan tingkah laku (APEC, 2014). Kegiatan pembelajaran ekonomi mengajarkan cara individu agar dapat memanfaatkan sumber daya secara efektif untuk dapat memenuhi kebutuhan dan (Ridhayani

dan Johan, 2020). Literasi ekonomi sebagai salah satu faktor yang diduga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif yakni faktor psikologis (Paywala, 2021). Mata pelajaran ekonomi mempunyai peranan penting dalam membentuk sikap rasional, khususnya pada pengambilan keputusan ekonomi. Siswa yang memiliki literasi ekonomi yang baik akan dapat berpikir dan bersikap rasional dalam kegiatan ekonomi.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Astuti (2016) memberikan hasil bahwa literasi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agusti (2019) yang menunjukkan hasil bahwa literasi ekonomi berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. iset yang dilakukan oleh Murtianingsih (2017) juga memberikan hasil bahwa literasi ekonomi berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusumaningtyas dan Canda Sakti (2017); dan Yahya, (2021) yang menyatakan bahwa literasi ekonomi tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu konformitas teman sebaya. Konformitas adalah suatu tuntutan yang tidak tertulis dari kelompok teman sebaya terhadap anggotanya tetapi memiliki pengaruh yang kuat dan dapat menyebabkan munculnya perilaku- perilaku tertentu pada anggota kelompok (Zebua dan Nurdjayadi, 2001; (Putri & Indrawati, 2017). Konformitas teman sebaya adalah tendensi untuk mengubah keyakinan atau perilaku seseorang agar selaras dengan perilaku orang lain. Konformitas adalah bentuk penyesuaian terhadap kelompok sosial sebab adanya tuntutan dari kelompok sosial yang memiliki pengaruh kuat dan dapat menyebabkan munculnya

perilaku tertentu pada remaja (Raviyoga dan Marheni, 2019).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Perdana & Mujiasih (2018) memberikan hasil bahwa konformitas teman sebaya berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khafida & Hadiyati (2020) yang menunjukkan hasil bahwa konformitas teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perilaku konsumtif, riset yang dilakukan oleh Lahmudin Lubis *et al* (2020) juga membeerikan hasil bahwa konformitas teman sebaya berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Setiawan (2019) menunjukkan hasil bahwa konformitas tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan teori yang digunakan pada penelitian ini mengenai teori perilaku konsumen dan penelitian penelitian terdahulu, teori perilaku konsumen mempunyai 4 faktor yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor pribadi. Variabel konformitas teman sebaya dikembangkan dari faktor sosial, menurut Rachmayanie *et al* (2017) konformitas teman sebaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, maka variabel konformitas teman sebaya dapat dijadikan sebagai variabel moderasi.

Remaja berusaha adaptasi dengan teman sebaya dengan berperilaku cenderung sama karena adanya tekanan yang nyata dari kelompok untuk mencapai tujuan tertentu yang disebut konformitas (Azizah dan Listiara, 2017). Sikap dan perilaku remaja dibentuk melalui teman sebaya (Cialdini dan Goldstein, 2004; Prinstein dan Dodge, 2008; Sandstrom, 2011; Gommans *et al.*, 2017). Pengaruh konformitas teman sebaya tidak dapat diabaikan, teman sebaya dapat memberikan pengaruh

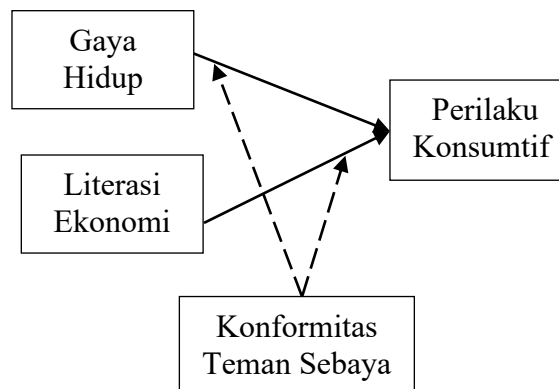
terhadap citra dan sikap individu (Hayati et al., 2020). Semakin tinggi dukungan kelompok semakin mendorong konformitas pada remaja.

Konformitas merupakan salah satu bagian dari faktor sosial yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Teman sebaya adalah faktor yang memiliki pengaruh terhadap gaya hidup (Hsieh, 2018) oleh karenanya remaja akan beradaptasi terhadap kelompoknya untuk menghindari perbedaan dengan teman-temannya, hal inilah yang disebut dengan konformitas. Semakin tinggi konformitas teman sebaya akan memperkuat gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Selain gaya hidup, konformitas teman sebaya juga dapat mempengaruhi pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi konformitas teman sebaya maka akan memperlemah literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif. Asumsinya dengan dominasi konformitas teman sebaya akan menurunkan pengaruh literasi ekonomi sehingga akan meningkatkan perilaku konsumtif siswa.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah consumer behavior. Consumer behavior merupakan kajian terhadap individu, organisasi, dan proses yang mereka gunakan dalam memilih, mengamankan, menggunakan, menentukan produk dan pengalaman guna mendapatkan kepuasan kebutuhan (Yulia et al., 2019). Consumer behavior bukan sekadar membeli produk berwujud, melainkan penggunaan pelayanan, aktivitas, ide serta bagaimana konsumen membuat keputusan mengenai individu (Hoyer et al., 2021). Teori Perilaku konsumen dari Philip Kotler digunakan sebagai kerangka kerja dalam penelitian ini karena relevan untuk menjelaskan perilaku konsumtif (Kotler, 2012). Penelitian ini mengkaji faktor turunan yang dapat mempengaruhi perilaku

konsumtif yaitu gaya hidup, literasi ekonomi dan konformitas teman sebaya.

Berdasarkan uraian di atas, model penelitian hubungan antara perilaku konsumtif, gaya hidup, literasi ekonomi dan konformitas teman sebaya dikembangkan dalam penelitian ini. Model penelitian empiris yang dikembangkan adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Model Penelitian

- H1 : Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa jurusan IPS SMA N 2 Slawi
- H2 : Literasi ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa jurusan IPS SMA N 2 Slawi
- H3 : Konformitas teman sebaya mampu memoderasi hubungan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif siswa jurusan IPS SMA N 2 Slawi
- H4 : Konformitas teman sebaya mampu memoderasi hubungan antara literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa jurusan IPS SMA N 2 Slawi

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- (1) Menganalisis adanya pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif siswa jurusan IPS SMA N 2 Slawi
- (2) Menganalisis adanya pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa jurusan IPS SMA N 2 Slawi,
- (3) Menganalisis peran konformitas

teman sebaya dalam memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif siswa jurusan IPS SMA N 2 Slawi, (4) Menganalisis peran konformitas teman sebaya dalam memoderasi pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa jurusan IPS SMA N 2 Slawi.

METODE

Penelitian ini merupakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang bersumber dari data numerik (Johnson & Christensen, 2014). Desain penelitian ini adalah penelitian kausalitas yaitu penelitian yang melihat hubungan sebab akibat pada variabel. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari responden secara langsung (Sekaran & Bougie, 2016). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey yaitu metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi yang bertujuan untuk

Indikator perilaku konsumtif meliputi membeli produk karena hadiah, membeli produk karena kemasan, membeli produk karena prestige, membeli produk atas pertimbangan harga, membeli produk untuk menjaga simbol status dan membeli produk karena konformitas model (Sumartono, 2002). Indikator gaya hidup yaitu aktivitas, opini, dan minat Kotler & Keller, (2012). Indikator literasi ekonomi terdiri dari pengetahuan, keterampilan, tingkah laku dan sikap (APEC Guidebook on Financial and Economic Literacy in Basic Education 2014). Indikator konformitas teman sebaya yaitu kekompakan, ketaatan dan kepercayaan (Sears, 2009).

Kemudian untuk teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif. Analisis deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran data yang sudah

menggambarkan, membandingkan dan menjelaskan pengetahuan, sikap dan perilaku individu (Sekaran & Bougie, 2016).

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner tertutup dengan skala likert lima poin melalui google form (Sugiyono, 2018). Populasi pada penelitian ini adalah siswa kelas X dan XI jurusan IPS SMA N 2 Slawi sejumlah 288 siswa. Besarnya sampel ditentukan dengan rumus *inverse square method* (Kock & Hadaya, 2018) dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *proportionate random sampling* sejumlah 168 siswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan *proportionate random sampling*. Teknik *proportionate random sampling* digunakan ketika membutuhkan informasi terkait strata dalam populasi (Sekaran 2016). Teknik keabsahan data menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui butir instrument yang valid dan reliabel untuk digunakan pada proses penelitian.

terkumpul tanpa adanya simpulan dan berlaku generalisasi atau umum dari masing-masing variabel (Sugiyono, 2018) dengan menggunakan rumus indeks sebagai berikut:

$$\text{Nilai indeks} = \frac{((\%F1 \times 1) + (\%F2 \times 2) + (\%F3 \times 3) + (\%F4 \times 4) + (\%F5 \times 5))}{5} \text{ (Ferdinand, 2016)}$$

Keterangan:

F1 untuk frekuensi responden yang menjawab 1

F2 untuk frekuensi responden yang menjawab 2

F3 untuk frekuensi responden yang menjawab 3

F4 untuk frekuensi responden yang menjawab 4

F5 untuk frekuensi responden yang menjawab 5

Selain analisis deskriptif dalam penelitian ini juga menggunakan teknis analisis SEM-PLS untuk menguji

hipotesis. Teknik analisis SEM-PLS menyediakan teknik estimasi yang tepat dan paling efisien untuk menguji validitas konstruk dan teoritis mengenai hubungan antara konsep yang diwakili oleh beberapa variabel yang diukur (Hair *et al.*, 2018).

Variabel yang diuji pada penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu gaya hidup dan literasi ekonomi, variabel dependen yaitu perilaku konsumtif dan variabel moderasi yaitu konformitas teman sebaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah sebelumnya dilakukan pengujian pada instrumen penelitian

Tabel 1. Ringkasan Analisis Deskriptif Variabel

No	Variabel	Rerata Nilai Indeks	Keterangan
1.	Perilaku konsumtif	83%	Tinggi
2.	Gaya hidup	83%	Tinggi
3.	Literasi ekonomi	71%	Tinggi
4.	Konformitas teman sebaya	74%	Tinggi

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 1. dapat dilihat bahwa variabel perilaku konsumtif berada di kategori tinggi dengan persentase 80%, variabel gaya hidup di kategori tinggi dengan persentase, literasi ekonomi di kategori tinggi dengan persentase 74 dan konformitas teman

yang diwakili oleh beberapa variabel yang diukur (Hair *et al.*, 2018). Dalam analisis SEM PLS menggunakan Warp pls terdapat tiga tahapan. Pertama tahap validitas indikator konstruk laten. Dalam penelitian menggunakan konstruk dengan indikator reflektif karena diasumsikan mempunyai kesamaan pengujian validitas konstruk dan reliabilitas konstruk. Validitas konstruk diengan melihat hasil uji validitas konvergen dan uji validitas diskriminan,

dengan uji validitas dan reliabilitas beberapa item harus di drop out atau tidak diikutsertakan untuk penelitian karena tidak memenuhi kriteria validas dan reliabilitas instrument penelitian. Setelah pengujian insturmen langkah selanjutnya yang dapat dilakukan yaitu pengujian lapangan dalam hal ini menggunakan analisis deskriptif menggunakan nilai indeks dan analisis SEM PLS dengan menggunakan warp pls. Analisis deskriptif variabel dalam penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran variabel atas data yang telah dikumpulkan dan kemudian dihitung nilai angka indeksnya yang kemudian diinterpretasikan menggunakan metode *five box method*. Berikut ringkasan hasil analisis deskritif:

sebaya dengan persentase 74 berada di kategori tinggi. Teknik analisis data selanjutnya adalah analisis SEM PLS. Metode SEM menyediakan teknik estimasi yang tepat dan paling efisien untuk menguji validitas konstruk dan teoritis mengenai hubungan antara konsep

evaluasi model outer, evaluasi model outer dilakukan guna menilai reliabilitas dan

domain konten atau mempunyai kesamaan penyebab sehingga akan berkorelasi tinggi (Latan dan Ghazali, 2017). Evaluasi model outer ini meliputi sedangkan reliabilitas konstruk diujikan berdasarkan nilai cronbach alpha dan reliabilitas komposit. Pengujian pada

outer model dapat di sajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Loading Factor	AVE	Composite Reliability
Perilaku konsumtif			
PK1.1	0.718		
PK1.2	0.720		
PK1.3	0.701		
PK2.1	0.733		
PK2.2	0.729		
PK2.3	0.673		
PK2.4	0.685		
PK3.1	0.710		
PK3.2	0.780		
PK3.3	0.734		
PK3.4	0.686	0.509	0.956
PK4.1	0.726		
PK4.2	0.637		
PK4.3	0.757		
PK5.1	0.678		
PK5.2	0.683		
PK5.3	0.704		
PK6.1	0.681		
PK6.2	0.695		
PK6.3	0.728		
PK6.4	0.721		
Gaya Hidup			
ACT1	0.678		
ACT2	0.767		
ACT3	0.645		
ACT4	0.726		
OP1	0.760	0.507	0.911
OP2	0.723		
OP3	0.723		
OP4	0.704		
M1	0.688		
M2	0.698		
Literasi ekonomi			
PTH1	0.761		
PTH2	0.745		
PTH4	0.792		
KTR1	0.674		
KTR3	0.679		
KTR4	0.709	0.511	0.898
SKP1	0.721		
SKP2	0.741		
SKP3	0.773		
TL1	0.722		
TL2	0.743		
Konformitas Teman Sebaya			
KP1	0.783		
KP2	0.790	0.505	0.884
KP3	0.735		

Variabel	Loading Factor	AVE	Composite Reliability
KP4	0.747		
KT1	0.493		
KT2	0.735		
PC3	0.747		

Sumber: Data diolah, 2022

Indikator reliabilitas dapat diukur dengan melihat nilai *loading factor* tiap indikator konstruk melalui nilai *combined loadings* dan *cross loading*. Pengukuran *outer model* pada WarpPLS diterima apabila sesuai dengan kriteria yaitu : (1) uji indikator *reliability* diterima jika nilai faktor loading tiap item atau pertanyaan dari masing-masing variabel $> 0,70$ atau dapat diterima apabila diantara $0,4 < x < 0,6$ dengan syarat nilai AVE harus $> 0,5$. (2) uji reliabilitas konstruk dilakukan dengan melihat nilai *composite reliability* diterima jika nilai $> 0,7$.

Pengukuran *outer model* pada penelitian ini menunjukkan ada beberapa item yang nilai faktor loading $< 0,7$ bahkan $< 0,4$ dan nilai AVE $< 0,5$, maka indikator tersebut harus didrop. Hasil pengujian *outer model* menunjukkan nilai loading faktor tiap item dari variabel

nilainya harus $> 0,70$. Namun, penerimaan nilai *loading factor* $< 0,70$ dan $> 0,40$ masih dapat dipertimbangkan untuk diterima dengan melihat nilai AVE. Jika nilai AVE $> 0,50$, maka item dengan nilai *loading factor* $< 0,40$ diterima dan tidak harus dihapuskan. Setelah dilakukan drop pada beberapa item, nilai loading faktor menjadi lebih baik, nilai *loading factor* sudah $> 0,4$ dan nilai AVE $> 0,5$.

Pengujian *outer model* selanjutnya adalah dengan melihat nilai validitas diskriminan dengan cara membandingkan akar kuadrat AVE dan korelasi antar konstruk laten dimana nilai korelasi akar kuadrat AVE pada hubungan sesama variabel menunjukkan nilai yang lebih besar dibandingkan nilai korelasi antar variabel latent secara diagonal. Data ini dapat dilihat pada tabel berikut ;

Tabel 3. Akar Kuadrat AVE

	GH	LE	KTS	PK
GH	(0.712)	-0.618	0.067	0.550
LE	-0.618	(0.715)	-0.055	-0.373
KTS	0.067	-0.055	(0.725)	-0.024
PK	0.550	-0.373	-0.024	(0.713)

Sumber: Data diolah, 2022

Nilai korelasi akar kuadrat AVE dalam penelitian ini menunjukkan nilai yang lebih tinggi dari nilai korelasi akar kuadrat AVE pada hubungan antar variabel secara diagonal, sehingga dapat disimpulkan seluruh item yang telah dihapus pada evaluasi *outer model* tahap *convergent validity* sudah sesuai dengan

kriteria *discriminant validity*. Selain nilai akar kuadrat AVE, evaluasi validitas diskriminan pada evaluasi *outer model* juga dapat dilakukan dengan metode *common bias* yaitu dengan melihat nilai *Full collinearity VIFs* setiap variabel dengan kriteria < 5 atau $< 3,3$. Berikut nilai *Full collinearity VIFs* pada penelitian ini:

Tabel 4. Nilai Full collinearity VIFs

Variabel	Full collinearity VIFs
Gaya Hidup	2.022
Literasi Ekonomi	1.626

Variabel	Full collinearity VIFs
Konformitas Teman Sebaya	1.036
Perilaku Konsumtif	1.463

Sumber: Data diolah,2022

Tabel 3 diatas menunjukkan nilai *full collinearity* pada seluruh variabel dalam penelitian ini. Pengukuran tersebut menunjukkan apakah ada bias dari indikator setiap variabelnya dengan variabel latent. Seluruh variabel memiliki nilai <5, sehingga variabel tidak memiliki bias satu sama lain dan valid secara diskriminan. Tahap berikutnya pada analisis SEM PLS pada Warppls adalah evaluasi inner model. Pengujian ini didasarkan pada (1) pengujian *inner model* secara individual melalui pengujian *R-squared*, *Adjusted R-squared*, *Q-square predictive relevance*; (2) pengujian *inner model* secara global dengan pengujian *model fit* dan *quality indices*,

Tabel 5. Nilai R-square

Nilai R-square	
<i>R-squared</i>	0.335
<i>Adjusted R-squared</i>	0.311

Sumber: Data diolah,2022

Nilai *R-squared* merupakan besaran presentase yang menjelaskan model penelitian. Nilai *R-squared* pada variabel perilaku konsumtif dalam penelitian ini menunjukkan nilai sebesar 0,335 atau 33,5% yang dikategorikan model dalam penelitian ini termasuk kategori moderat, artinya model penelitian yang diajukan cukup memiliki kemampuan untuk memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat dan variabel moderasi. Selanjutnya uji model secara menyeluruh, pada analisis menggunakan WarpPLS terdapat beberapa kriteria dan ukuran yang harus dipenuhi. Nilai *model fit and quality indices* dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 6. Kriteria Model Fit And Quality Indices

No	Model fit and quality indices	Kriteria fit	Hasil Analisis	Keterangan
1	<i>Average path coefficient (APC)</i>	$p < 0.05$	0.158, P<0.009	Diterima
2	<i>Average R-squared (ARS)</i>	$p < 0.05$	0.235, P<0.001	Diterima
3	<i>Average adjusted R-squared (AARS)</i>	$p < 0.05$	0.211, P<0.001	Diterima
4	<i>Average block VIF (AVIF)</i>	Diterima ≤ 5 , ideal jika ≤ 3.3	1.784	Diterima
5	<i>Average full collinearity VIF (AFVIF)</i>	Diterima ≤ 5 , ideal jika ≤ 3.3	1.581	Diterima
6	<i>Tenenhaus GoF (GoF)</i>	Rendah ≤ 0.1 ; moderat ≤ 0.25 ; tinggi ≤ 0.36	0.398	Tinggi
7	<i>Sympson's paradox ratio (SPR)</i>	Diterima $\geq 0,7$, ideal jika ≥ 3.3	0.800	Diterima
8	<i>R-squared contribution ratio (RSCR)</i>	Diterima $\geq 0,9$, ideal jika ≥ 1	0.915	Diterima
9	<i>Statistical suppression</i>	Diterima jika ≥ 0.7	1.000	Diterima

No	Model fit and quality indices	Kriteria fit	Hasil Analisis	Keterangan
10	ratio (SSR) Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)	Diterima jika ≥ 0.7	0.800	Diterima

Sumber: Data diolah, 2021

Nilai model penelitian berdasarkan *output* WarpPLS pada tabel diatas secara global memperlihatkan model yang terbentuk sudah baik. Berdasarkan pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa hasil dari *model fit and quality indices* menunjukkan hubungan antar konstruk secara teoritis teruji sesuai dengan kondisi empirik di lapangan, sehingga dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya yakni pengujian hipotesis. Dalam penelitian uji hipotesis bertujuan untuk menguji kebenaran permasalahan yang diajukan dengan hasil analisis dari data yang telah didapat dari sampel penelitian Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 7. Hasil Model Penelitian

Hipotesis	Jalur	Coefisient	P value	Keterangan
H1	Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif	0,380	<0,001	Diterima
H2	Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif	-0,131	0,004	Diterima

Sumber: Data penelitian diolah,2022

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat gaya hidup siswa kelas X dan XI program IPS SMA N 2 Slawi tahun ajaran 2021/2022 berada dikategori tinggi. Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis nilai koefisien gaya hidup terhadap perilaku konsumtif menunjukkan arah positif dengan tingkat signifikansi $< 0,001$ dan nilai koefisien 0,380, sehingga H1 dalam penelitian ini diterima. Hal tersebut memiliki makna bahwa semakin tinggi gaya hidup maka akan berakibat pada meningkatnya perilaku konsumtif. Sebaliknya semakin rendah gaya hidup maka akan berakibat pada menurunnya perilaku konsumtif.

Lifestyle atau gaya hidup adalah salah satu bagian dari *behavioral believes*, yaitu kepercayaan yang akan membangun sikap individu dalam berperilaku. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang dikemukakan Philip

Kotler dan Keller (2012) yang menerangkan perilaku konsumen dapat dipengaruhi banyak faktor salah satunya kepribadian yaitu gaya hidup (opini, minat dan aktivitas) (Pulungan & Febriaty, 2018). Remaja cenderung menyukai banyak hal baru yang menantang karena pada fase ini remaja sedang mencari identitas diri. Pada fase ini muncul beberapa perubahan yakni perubahan fisik, sikap, emosi dan perilaku, yang salah satunya adalah perubahan perilaku konsumtif (Sukari, 2013; Anggraini *et al.*, 2017).

Hasil riset ini tidak selaras dengan riset yang dilakukan oleh Pohan *et al.*, (2021) dan Asisi, (2020) dalam riset ini tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif individu. Perbedaan hasil riset ini dapat disebabkan karena perbedaan responden dan keadaan ekonomi responden dari kedua riset, namun hasil penelitian ini sejalan dengan Pulungan *et*

al., (2018); Wulandari (2018); dan Silalahi (2020) yang mengemukakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil ini mengindikasikan bahwa tinggi rendahnya perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh

Pengaruh Literasi ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif

Literasi ekonomi dalam penelitian ini meliputi pemahaman pengetahuan ekonomi siswa, keterampilan siswa, sikap siswa dan tingkah laku siswa (APEC, 2014). Hasil penelitian secara keseluruhan menunjukkan pemahaman siswa program IPS SMA N 2 Slawi terhadap literasi ekonomi berada di kategori paham dengan persentase sebesar 71%, artinya siswa sudah paham ilmu ekonomi sehingga dalam implementasinya siswa lebih rasional dalam mengambil keputusan ekonomi. Nilai koefisien literasi ekonomi bernilai negatif sebesar -0,131 dan *p value* 0,004 sehingga H2 diterima. Artinya terdapat hubungan negatif antara literasi ekonomi dengan perilaku konsumtif. Semakin tinggi pemahaman ekonomi siswa akan menurunkan perilaku konsumtif pada siswa begitupun sebaliknya.

Hasil Penelitian ini sesuai dengan teori perilaku konsumen dimana literasi ekonomi merupakan pengetahuan yang diperoleh dari proses pembelajaran yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan (Sangadji, 2013). Pembelajaran akan berdampak pada adanya perubahan individu ke arah yang

gaya hidup, seperti pada riset yang telah peneliti lakukan membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif siswa program IPS SMA N 2 Slawi tahun ajaran 2021/2022.

lebih baik yang bersifat relatif permanen (Hoyer *et al.*, 2021). Dengan pemahaman ekonomi yang cukup baik, siswa program IPS di SMA N 2 Slawi akan lebih rasional dalam mempertimbangkan segala hal yang berkaitan dengan pengambilan keputusan untuk berperilaku konsumtif yang didasarkan pada pengetahuan dan tingkat literasi ekonomi yang dimiliki.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Kusumaningtyas & Canda Sakti (2017); dan Yahya, (2021) yang menyatakan bahwa literasi ekonomi tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Perbedaan karakteristik responden dapat mengindikasikan perbedaan hasil penelitian. Penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Solihat (2018) dan Risnawati (2018) yang menunjukkan adanya pengaruh negatif dan signifikan antara literasi ekonomi dengan perilaku konsumtif. Dengan demikian tinggi rendahnya perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh literasi ekonomi. Literasi ekonomi merupakan suatu keharusan bagi individu agar dapat terhindar dari permasalahan ekonomi dalam kehidupan sehari-hari yang seringkali dihadapkan pada *trade off*.

Tabel 8. Hasil Analisis Moderasi

Hipotesis	Jalur	Coefisient	P value	Keterangan
H3	Konformitas Teman Sebaya memoderasi Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif	0,149	0,002	Diterima
H4	Konformitas Teman Sebaya memoderasi Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif	0,07	0,194	Ditolak

Sumber: Data penelitian diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel konformitas teman sebaya dan gaya hidup berada di kategori tinggi dan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan nilai koefisien konformitas teman sebaya sebesar 0,149 dengan signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari tingkat signifikansi yang seharusnya yaitu 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa H3 diterima yang berarti keberadaan konformitas teman sebaya mampu memoderasi dengan koefisien positif yang mengasumsikan konformitas teman sebaya dapat memperkuat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif siswa program IPS di SMA N 2 Slawi.

Permasalahan yang muncul pada perilaku remaja dalam hal ini adalah siswa secara konvensional disebabkan oleh adanya pengaruh dari konformitas teman sebaya. Fase remaja pada siswa dipandang sebagai puncak periode konformitas yang tinggi terhadap teman sebaya (Laursen, 2021) Konformitas teman sebaya ini merupakan salah satu faktor sosial pada teori perilaku konsumen (sangadji, 2013). Untuk masuk kedalam satu kelompok, remaja harus menyesuaikan diri dengan berbagai hal yang ada didalam kelompok, hal ini dapat menimbulkan tendensi pada remaja untuk berperilaku sama dengan kelompok (Rohmah, 2019).

Dari hasil riset yang telah dilakukan konformitas teman sebaya dan gaya hidup berada juga dikategori tinggi artinya konformitas berpotensi untuk memperkuat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Asumsinya semakin tinggi konformitas teman sebaya akan meningkatkan pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Tingkat konformitas siswa program IPS di SMA N 2 Slawi cenderung tinggi, artinya siswa beranggapan teman sebaya merupakan faktor terpenting dalam lingkungan khususnya dalam memenuhi kebutuhan mereka. Mereka akan menyesuaikan

dengan gaya hidup kelompok acuan dalam berperilaku konsumtif dan berusaha untuk terlihat sama di dalam kelompok.

Penelitian yang relevan terkait pengaruh konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif yang dilakukan oleh Perdana & Mujiasih, (2018) memberikan hasil bahwa konformitas teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Khafida & Hadiyati (2020) juga menjelaskan hubungan positif dan signifikan antara konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif memiliki hubungan yang positif dan signifikan, sehingga teman sebaya dapat memperkuat atau memperlemah gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian ini mendukung model perilaku konsumen yang dikembangkan oleh Kotler & Keller, (2012) pada faktor budaya yakni gaya hidup, faktor sosial yakni teman sebaya. Penelitian ini dapat menjadi kebaruan karena pada penelitian sebelumnya penelitian membahas pengaruh langsung antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini meneliti terkait pengaruh konformitas teman sebaya sebagai moderator gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Adapun hasil dari penelitian ini yaitu variabel konformitas teman sebaya mampu memoderasi gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Semakin kuat peran konformitas teman sebaya dalam memoderasi maka akan meningkatkan pengaruh gaya hidup yang akan meningkatkan perilaku konsumtif siswa jurusan IPS di SMA N 2 Slawi.

Peran Konformitas Teman Sebaya dalam memoderasi Literasi Ekonomi terhadap Perilaku konsumtif

Hipotesis keempat yang diajukan dalam penelitian ini menguji peran konformitas teman sebaya dalam

memoderasi literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas X dan XI jurusan IPS di SMA N 2 Slawi. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa nilai *path coefficient* bernilai positif dengan nilai signifikansi 0,149 yang artinya lebih besar dari nilai signifikansi yang seharusnya yaitu 0,05 sehingga H4 ditolak. Hasil dari uji hipotesis tersebut menunjukkan bahwa konformitas teman sebaya mampu tidak memoderasi literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, satu diantaranya adalah konformitas (Ramayanti & Musafiri, 2021). Dalam penelitian ini, konformitas teman sebaya dan literasi ekonomi siswa berada dikategori tinggi. Artinya konformitas teman sebaya berpotensi memperlemah pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif namun pada siswa jurusan IPS SMA N 2 Slawi konformitas teman sebaya tidak memoderasi literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif, artinya tinggi atau rendahnya konformitas teman sebaya tidak memberikan pengaruh pada literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif. (Sina, 2012). Siswa yang memiliki tingkat literasi ekonomi yang baik akan lebih rasional dan lebih bijak dalam mengelola keuangan sehingga dapat menimalisir perilaku konsumtif.

SIMPULAN

Simpulan dari penelitian ini yaitu: 1) gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif; 2) Literasi ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif; 3) Konformitas teman sebaya mampu memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif 4) Konformitas teman sebaya tidak mampu memoderasi pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif. Guru yang berperan

Penelitian relevan dilakukan oleh Mukmin et al., (2021) menyatakan literasi ekonomi memperkuat pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. Ada pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif. Penelitian lain terkait pengaruh konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif yang dilakukan oleh Perdana & Mujiasih, (2018) memberikan hasil bahwa konformitas teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Selanjutnya penelitian terkait pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif yang dilakukan oleh Agusti, (2019) dengan hasil penelitian literasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif sementara penelitian Rozaini dan Ginting, (2019) menyebutkan bahwa literasi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian ini merupakan suatu pembaharuan penelitian karena belum ada penelitian sebelumnya yang meneliti terkait pengaruh konformitas teman sebaya sebagai moderator pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif. Adapun hasil dari penelitian ini yaitu variabel konformitas teman sebaya sebagai moderator tidak mampu memperlemah literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif.

penting dalam pendidikan siswa diharapkan dapat lebih intens dalam memberikan bimbingan dan meningkatkan kesadaran siswa untuk meminimalisir perilaku konsumtif. Siswa diharapkan mampu membuat skala prioritas ketika akan melakukan kegiatan konsumsi dan dapat lebih bijak dalam menyikapi pengaruh dari lingkungan. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan memperluas ruang lingkup penelitian yaitu faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif berdasarkan

permasalahan yang ada dilapangan dan memperluas obyek dalam penelitian.

UCAPAN TERIMAKASIH

Dengan segenap kerendahan hati penulis ucapkan terimakasih kepada: (1) Prof. Dr. Fathur Rokhman, M. Hum., Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Universitas Negeri Semarang; (2) Prof. Heri Yanto, MBA., PhD, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan fasilitas untuk mengikuti program Pendidikan Ekonomi S1 Fakultas Ekonomi; (3) Ahmad Nurkhin, S.Pd., M.Si., Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan pelayanan dan fasilitas selama menempuh pendidikan; (4) M. Fathur Rahman, S.Pd., M.Pd., Dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, bantuan dan saran selama proses penulisan skripsi ini; (6) Kepala SMA N 2 Slawi yang sudah berkenan memberikan izin kepada peneliti; (7) Siswa-siswi jurusan IPS SMA N 2 Slawi yang telah membantu memberikan data dan informasi yang dibutuhkan selama proses penelitian serta telah menjadi responden dalam penelitian ini; (8) Keluarga peneliti yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam setiap perjalanan hidup, serta (9) Teman-teman rombel Pendiidkan Ekonomi IUP 2018 maupun teman diluar rombel yang telah membantu dan memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusti, I. S. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Niagawan*, 8(2), 102.
- Anggraini, R. T., Fauzan, &, & Santhoso, H. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gadjah Mada Journal of Psychology*, 3(3), 131–140.
- APEC. (2014). *APEC Guidebook on Financial and Economic Literacy in Basic Education*.
- Asisi, I. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 107–118.
- Astuti, R. (2016). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi dan Life Style terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. *Jurnal Edutama*, 3(2), 49–58.
- Azizah, P. N., & Listiara, A. (2017). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Tas Melalui Online Shop Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (Fisip) Dan Fakultas Ilmu Budaya (Fib) Universitas Diponegoro. *Empati: Jurnal Karya Ilmiah S1 Undip*, 6(1), 332–337.
- Christanto, I., Ihalauw, J. J. O. I., Kusuma, L., & Kriestian, N. A. N. A. (2021). *Lifestyle and affective cognitive learning in online purchasing*. 56(6). <https://doi.org/10.35741/issn.0258-2724.56.6.21>
- Efendi, R., Indartono, S., & Sukidjo, S. (2019). The Mediation of Economic Literacy on the Effect of Self Control on Impulsive Buying Behaviour Moderated By Peers. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 9(3), 98–104. <https://doi.org/10.32479/ijefi.7738>
- Gommans, R., Sandstrom, M. J., Stevens, G. W. J. M., ter Bogt, T. F. M., & Cillessen, T. (2017). Popularity, likeability, and peer conformity : Four field experiments. *Journal of Experimental Social Psychology. Journal of Experimental*
- <https://doi.org/10.24114/niaga.v8i2.14258>

- Social Psychology*, 73(October), 279–289.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate Data Analysis* (Eighth Edi). Cengage Learning, EMEA.
<https://doi.org/10.1002/9781119409137.ch4>
- Halimatussakdiyah, & Martono, S. (2019). *Influence of Life Style and Financial Literacy to Consumptive Behavior through Self-Control of Unisnu FEB College Students Jepara*. 8(37), 75–80.
- Hayati, A., Yusuf, A. M., & Asnah, M. B. (2020). Contribution of Self Control and Peer Conformity to Consumptive Behavior. *International Journal of Applied Counseling and Social Sciences*, 1(2), 16–24.
<https://doi.org/10.24036/005344ijaccs>
- Hoyer, W. D., Macinnis, D. J., Pieters, R., Chan, E., & Gavin, N. (2021). *Behaviour Consumer 2nd Asia-Pacific Edition* (2nd Asia-P). Cengage Learning Australia.
- Hsieh, J. (2018). *EXPLORING SOCIAL INFLUENCE ON HEDONIC BUYING OF DIGITAL GOODS - ONLINE GAMES ' VIRTUA L ITEMS*. 19, 164–185.
- Johnson, R. B., & Christensen, L. (2014). *Educational Research : Quantitative, Qualitative, and Mixed Approach* (Fifth edit). SAGE Publisher, Inc.
- Khafida, A. A., & Hadiyati, F. N. R. (2020). Hubungan antara koformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif pembelian skincare di marketplace pada remaja putri SMA N 1 Kendal. *Jurnal Empati*, 8(3), 588-592
- Khoiriyah, U. (2020). *Pengaruh Peer Group, Literasi Ekonomi Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Jurusan Ips Sma Negeri Di*
- Kock, N., & Hadaya, P. (2018). Minimum sample size estimation in PLS-SEM: The inverse square root and gamma-exponential methods. *Information Systems Journal*, 28(1), 227–261.
<https://doi.org/10.1111/isj.12131>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Management marketing. In *Agrekon* (14th ed., Vol. 11, Issue 1). Pearson Education, Inc.
<https://doi.org/10.1080/03031853.1972.9523871>
- Kurniawan, C. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ekonomi pada mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(4), 107–118.
- Kusnandar, D. L., & Kurniawan, D. (2018). Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga Dalam Membentuk Perilaku Keuangan Keluarga Di Kota Tasikmalaya. *Seminar Nasional Dan Call for Paper Sustainable Competitive Advantage, September*, 1–13.
- Kusuma, Y. P., Basit, A., & Amaludin, M. (2020). *Knowledge of Sports Motivation: The Consumptive Lifestyle of a Running Community*. 27(ICoSHEET 2019), 269–272.
<https://doi.org/10.2991/ahsr.k.200723.067>
- Kusumaningtyas, I., & Canda Sakti, N. (2017). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IPS Sma Negeri 1 Taman Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 5(3).
- Laursen, B. (2021). *Toward understanding the functions of peer influence : A summary and synthesis of recent empirical research*. 31(4), 889–907.
<https://doi.org/10.1111/jora.12606>
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6.
<https://doi.org/10.29210/3003210000>
- Md Sham, F., Shafi'e, S. Z., & Abu Zahrin, S. N. (2017). Adolescent Lifestyles in Malaysia. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(6), 271–276.
<https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n6s1p271>
- Melina, A., & Wulandari, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP YPM Bangko. *Cientific Journals of Economic Education*, 2, 141.
- Mridu, M., & Kataria, V. (2017). Tween

- Consumers : a Study of the Impact of Social Media on Tween'S Buying Decisions. *International Journal of Marketing & Financial Management*, 5(1), 1–11.
- Mukmin, P., Jufrizen, & Ayla, A. (2021). *Pengaruh Konsep Diri, Kelompok Teman Sebaya, Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Dimoderasi Literasi Keuangan*. 2.
- Murniatiningsih Endah. (2017). Pengaruh Literasi Ekonomi Siswa, Hasil Belajar Ekonomi, dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa SMP Negeri di Surabaya Barat. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 5(1), 127–156.
- Nafli, A. (2011). Hubungan Antara Citra diri dengan Perilaku Konsumtif Membeli Produk Make Up Pada Wanita Karir. In *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical* (Vol. 44, Issue 8, pp. 1–21). <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Nair, S. R. (2018). Analyzing the relationship between store attributes, satisfaction, patronage-intention and lifestyle in food and grocery store choice behavior. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 46(1), 70–89. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-06-2016-0102>
- Octaviana, R. (2020). Konsep Konsumerisme Masyarakat Modern dalam Kajian Herbert Marcuse. *Jaqfi: Jurnal Aqidah Dan Filsafat Islam*, 5(1), 121–133. <https://doi.org/10.15575/jaqfi.v5i1.6267>
- Oktafikasari, E., & Mahmud, A. (2017). Konformitas Hedonis Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 6(3), 684–697.
- Paywala, R. J. (2021). The Influence Of Economic Literacy , Economic Rationality , and Peer Groups on Consumptive Behavior Of Economic Education Student Universitas Negeri Malang. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 24(5), 129–134.
- Perdana, I. P., & Mujiasih, E. (2018). Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Membeli Pakaian Pada Mahasiswi Angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Empati*, 6(4), 195–208.
- Pontororing, H. (2019). *The Influence of Social Guidance Services to Consumptive Behavior of Junior High Students*. 382(Icet), 197–198. <https://doi.org/10.2991/icet-19.2019.49>
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 1–8. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Purwaningsih, S., Mardiana Firdaus, R., kunci, K., Diri, K., Teman Sebaya, L., Orang Tua, P., Konsumtif, P., & Teori Ekonomi Mikro, P. (2017). Pengaruh Konsep Diri, Lingkungan Teman Sebaya, Dan Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dengan Pengetahuan Teori Ekonomi Mikro Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 2(1), 1.
- Putri, H. S., & Indrawati, E. S. (2017). Hubungan Antara Konformitas Terhadap Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswi Di Sma Semesta Semarang. *Empati*, 5(3), 503–506.
- Qureshi, S. M. Q. (2020). Learning by sustainable living to improve sustainability literacy. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 21(1), 161–178. <https://doi.org/10.1108/IJSHE-01-2019-0001>
- Rachmayanie, R., Permata Sari, N., Andri Setiawan, M., & Mahlindawati, M. (2018). *Correlation Between Friends Conformity and Self Concept with Consumptive Behavior (Study On Class VIII F SMP Negeri 24 Banjarmasin)*. 147(Icsse 2017), 267–271. <https://doi.org/10.2991/icsse-17.2018.61>
- Ramayanti, I., & Musafiri, M. R. Al. (2021). Terhadap Perilaku Konsumtif Santri Asrama Ar-Roudloh Pondok Pesantren Putri Utara. *Jurnal At-Taujih*, 1(2), 18–29.

- Raviyoga, T. T., & Marheni, A. (2019). Hubungan kematangan emosi dan konformitas teman sebaya terhadap agresivitas remaja di SMAN 3 Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 6(01), 44. <https://doi.org/10.24843/jpu.2019.v06.i01.p05>
- Reinhardt, F., Zlatkin-Troitschanskaia, O., Happ, R., & Nell-Müller, S. (2021). A Multilevel Analysis of Economic Literacy Among International Students. *Journal of International Students*, 11(3), 706–722. <https://doi.org/10.32674/jis.v11i3.2718>
- Ridhayani, F., & Johan, I. R. (2020). The Influence of Financial Literacy and Reference Group toward Consumptive Behavior Across Senior High School Students. *Journal of Consumer Sciences*, 5(1), 29–45. <https://doi.org/10.29244/jcs.5.1.29-45>
- Rohmah, L. N. (2019). PENGARUH INSTAGRAM ONLINE STORE DAN KONFORMITAS TERHADAP GAYA HIDUP KONSUMTIF MAHASISWA DI SURABAYA Lailah Nuzuli Rohmah Abstrak. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 07(03).
- Rozaini, N., & Ginting, B. A. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion. *Niagawan*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.24114/niaga.v8i1.12795>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business : A Skill Building Approach* (Seventh ed). John Wiley & Sons Publisher.
- Setiawan, A. (2019). Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Pembelian Produk Online Shop pada Mahasiswa Angkatan 2016 FIP Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 6(4), 1–6.
- Silalahi, & Program. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online. *Open Journal System*, 3(2), 191–200.
- Sina, P. G. (2012). Analisis Literasi Ekonomi. *Jurnal Economia*, 8(2), 135–143.
- Stevani, S., & Gumanti, D. (2019). Analisis Tingkat Literasi Ekonomi Mahasiswa STKIP PGRI Sumatera Barat. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*, 9(1), 11. <https://doi.org/10.24036/011041170>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 37. <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.506>
- Yulia, Farida, Lamsah, & Periyadi. (2019). *BUKU MANAJEMEN PEMASARAN_compressed.pdf* (Issue April, p. 79).
- Zhang, P., Deng, Y., Yu, X., Zhao, X., & Liu, X. (2016). Social anxiety, stress type, and conformity among adolescents. *Frontiers in Psychology*, 7(MAY), 1–6. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00760>