

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan seseorang dalam melakukan pembelian lebih dari satu barang, atau menggunakan satu produk secara tidak tuntas. Artinya, satu produk belum habis pakai tetapi seseorang melakukan pembelian lagi produk sejenis yang sama dengan merk yang berbeda atau melakukan pembelian barang karena banyak orang yang juga memakainya. Seseorang yang memiliki perilaku konsumtif, dalam melakukan pembelian barang tentu tidak berdasarkan atas kebutuhan utama yang harus dipenuhi, melainkan untuk mendapatkan kepuasan yang maksimal.

Remaja yang keadaan perekonomiannya orang tuanya baik, mengunjungi *cafe* serta melakukan kegiatan belanja produk-produk terbaru sudah menjadi kebiasannya. Mereka bermaksud untuk menunjukkan bahwa mereka mampu mengikuti perkembangan zaman (perkembangan mode). Padahal arus mode selalu mengalami perubahan, sehingga akan selalu menciptakan rasa ketidakpuasan atas

apa yang dimilikinya.¹⁰ Menurut pandangan Baudrillard, kegiatan pembelian barang yang dilakukan oleh seseorang sesungguhnya didasarkan untuk mendapatkan pengakuan sosial dari pada manfaat yang melekat pada barang tersebut. Seperti halnya remaja yang merasa ingin diakui dalam lingkungan sosialnya.¹¹

Usia remaja yang merupakan usia masa peralihan dalam mencari jati diri. Hal ini menyebabkan remaja dengan mudah dapat terpengaruh oleh bujuk rayuan iklan dan mengikuti gaya hidup teman sebaya. Dalam iklan yang disajikan para pelaku bisnis tentu cenderung terus-menerus berusaha untuk membuat calon konsumennya tertarik dengan produk yang diiklankannya dengan cara melebih-lebihkan, mendramatisasi, dan seolah-olah memberikan janji bahwa semua permasalahan serta kebutuhan konsumen dapat teratasi hanya dengan cara membeli produk yang diiklankan.¹²

2. Konsumsi dalam Islam

Konsumsi secara umum didefinisikan sebagai kegiatan dalam menggunakan barang maupun jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Dalam ekonomi Islam, konsumsi juga mempunyai pengertian yang sama, tetapi juga mempunyai perbedaan pada

¹⁰ Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*, (Jakarta: Kencana, 2013), Hal: 108

¹¹ *Ibid.*, Hal: 110

¹² *Ibid.*, Hal: 239

lingkupnya. Perbedaan yang paling mendasar antara konsumsi Islam dengan konsumsi konvensional yaitu terletak pada pencapaian dilakukannya konsumsi itu sendiri. Sehingga dalam konsumsi Islam, kegiatan konsumsi yang dilakukan tidak hanya sekedar menggunakan barang maupun jasa, melainkan juga untuk mendapatkan ridha Allah SWT.¹³

Dalam ajaran Islam, pola konsumsi tidak diperbolehkan dilakukan secara berlebihan sehingga akan menyebabkan kelangkaan. Kelangkaan ini dapat terjadi akibat adanya tindakan dalam menggunakan sumber daya yang ada di bumi secara berlebihan atau tidak sesuai dengan kebutuhan. Sehingga Islam sangat melarang umatnya untuk melakukan pemborosan baik dalam kerangka pribadi maupun berjamaah.

Konsumsi dalam Islam didasarkan pada kebutuhan, sehingga tidak berlebih-lebihan. Hal ini didasarkan pada ayat:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya:

“Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan

¹³ Imahda Khoiri Furqon, *Teori Konsumsi dalam Islam*, Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah, Vol: 6 No.: 1, 2018, IAIN Metro Lampung, Hal: 2

berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebihan” (QS. Al-A’raf : 31)¹⁴

Ayat di atas menjelaskan, bahwa Allah SWT memerintahkan umat-Nya untuk memakai pakaian yang bagus, suci, dan menutup aurat pada saat hendak melaksanakan ibadah sholat. Serta memerintahkan umat-Nya untuk mengkonsumsi makanan maupun minuman yang baik dan halal dari sebagian yang telah Allah berikan kepada kita sebagai umat manusia. Dan Allah melarang umatnya untuk berlebih-lebih yang artinya dalam kegiatan konsumsi harus didasarkan pada kebutuhan bukan pada keinginan semata.

3. Prinsip Konsumsi dalam Islam

Dalam Ekonomi Islam, kegiatan konsumsi dikendalikan oleh 5 prinsip dasar, yaitu:

a. Keadilan

Manusia dalam melakukan kegiatan konsumsi barang maupun jasa tidak boleh berlebihan atau sesuai dengan kebutuhannya. Sehingga ketika orang lain membutuhkan maka sumber daya masih terlestarikan. Ekonomi Islam menjunjung tinggi rasa kebersamaan, kepantasan, atau kebaikan. (*halalan thoyyiban*).

¹⁴ Departemen Agama RI, *Al-'Aliyy Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2005), Hal: 122

b. Kebersihan

Bersih dalam arti sempit adalah bebas dari kotoran atau penyakit yang dapat merusak fisik dan mental manusia. Sedangkan bersih dalam arti luas adalah bebas dari segala sesuatu yang dilarang oleh Allah SWT, sehingga kegiatan konsumsi dapat mendatangkan manfaat.

c. Prinsip Kesederhanaan

Manusia dalam kegiatan konsumsi harus didasarkan pada batas wajar dan sesuai dengan kebutuhan. Tidak selalu menuruti hawa nafsu atau keinginan semata, atau kikir sehingga akan menyiksa diri sendiri.

d. Prinsip Moralitas

Tujuan akhir dari kegiatan mengkonsumsi suatu barang maupun jasa, yaitu sebagai peningkatan atau kemajuan nilai moral dan spiritual. Konsumsi seorang muslim secara keseluruhan harus dibingkai oleh moralitas yang dikandung dalam Islam, sehingga tidak semata-mata memenuhi segala kebutuhannya tetapi juga ia akan merasakan kehadiran Allah SWT pada waktu memenuhi keinginan-keinginan fisiknya.¹⁵

¹⁵ Jalaluddin dan Abd. Kholik, *Prinsip Konsumsi dalam Islam: Tinjauan terhadap Perilaku Konsumen Muslim dan Non-Muslim*, Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis, Vol: 3 No: 2, 2020, Universitas Majalengka, Hal: 151

4. Tinjauan tentang Penggunaan Media Sosial

a. Intensitas Penggunaan

Menurut Klaoh, intensitas merupakan tingkat keseringan seseorang dalam melakukan suatu kegiatan yang didasari rasa senang dengan kegiatan yang dilakukan tersebut. Perasaan senang terhadap kegiatan yang dilakukan tersebut dapat mendorong seseorang untuk melakukannya secara berulang-ulang. Sebaliknya, apabila perasaannya tidak suka maka kegiatan tersebut akan jarang dilakukan.¹⁶ Intensitas dalam penelitian ini lebih merujuk pada jumlah waktu yang digunakan seseorang untuk melakukan sebuah aktivitas. Jumlah waktu tersebut dapat diukur dengan tingkat keseringan (frekuensi) yang digunakan seseorang.

Sedangkan pengertian penggunaan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, penggunaan mempunyai makna yaitu proses, cara perbuatan memakai sesuatu, atau pemakaian.¹⁷ Penggunaan merupakan kegiatan seseorang dalam menggunakan sesuatu atau memakai sesuatu, seperti sarana atau barang.

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan adalah jumlah waktu yang digunakan

¹⁶ Ahmad Muqaffi, Skripsi: *Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Proses Rekrutmen Batch 3 Mahar Agung Organizer*, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017, Hal: 33

¹⁷ Qurata Ayuni, dkk., *Pengaruh Penggunaan Media Digital terhadap Tingkat Penjualan Produk Kuliner Kemasan*, Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini, Vol: 23 No: 2, Desember 2019, Universitas Hasanuddin Makassar, Hal: 133

seseorang untuk menggunakan sesuatu, atau tingkat keseringan seseorang dalam melakukan kegiatan tertentu yang dilakukan pada kurun waktu tertentu.

b. Media Sosial

Dengan adanya perkembangan teknologi informasi serta komunikasi saat ini mampu merubah cara individu satu dengan individu lainnya dalam berinteraksi. Dengan adanya internet, dapat memberikan kemudahan bagi para penggunanya, misalnya para pengguna internet dapat mengakses beragam informasi serta hiburan dari seluruh dunia.

Media sosial merupakan salah satu model dari adanya perkembangan internet. Media sosial adalah sebuah media dalam jaringan (*daring/online*) yang memberikan manfaat kepada para pengguna untuk saling berinteraksi (Hartono, 2017)¹⁸. Dengan menggunakan media sosial, seseorang dapat dengan mudah untuk berbagi informasi dan melakukan komunikasi dengan pihak lain tanpa perlu memikirkan waktu, biaya, serta jarak. (Solihah, 2015). ¹⁹Media sosial merupakan sebuah sarana komunikasi secara online yang dapat menghubungkan antara individu satu dengan individu lainnya

¹⁸ Siti Nurhalimah, dkk., *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir*, (Deepublish: Yogyakarta, 2019), Hal: 15

¹⁹ *Ibid.*, Hal: 16

untuk bertukar informasi dengan basis internet yang diciptakan atas teknologi *web*.²⁰ Generasi saat ini dapat menggunakan media sosial kapanpun dan dimanapun, hal ini dikarenakan adanya akses internet yang semakin luas. Serta untuk akses media sosial sangat mudah, dengan menggunakan *smartphone* yang ada digenggaman. Jenis media sosial yang paling digandrungi oleh kaum *milenial* yaitu seperti WhatsApp, Instagram, Line, Facebook, Youtube, dan masih banyak lagi. Dalam media sosial tersebut para penggunanya dapat mengakses serta berbagi gambar, video, suara, dan teks informasi dengan orang lain. Sehingga masyarakat khususnya usia remaja tidak akan merasa ketinggalan informasi yang *update* di luar sana.²¹

Dengan adanya media sosial, juga memberikan kemudahan bagi para pelaku bisnis untuk melakukan interaksi atau komunikasi antar produsen, pelanggan, maupun calon pelanggan. Para produsen atau perusahaan memanfaatkan media sosial sebagai media untuk kegiatan promosi hasil produksinya. Alasan utama produsen atau perusahaan melakukan kegiatan promosi yaitu agar hasil produksinya dikenal oleh khalayak luas, karena pada era sekarang pengguna internet atau media sosial semakin banyak jumlahnya sehingga menjadi sasaran bagi para

²⁰ Dhifa Nabila, dkk, *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*, (Malang: Universitas Malang bekerja sama dengan Intrans Publishing Group, 2020), Hal: 5

²¹ *Ibid.*, Hal: 8

pelaku bisnis. Kegiatan promosi hanya cukup dengan meng-*upload* barang hasil produksinya dengan konten visual (gambar atau video) serta menambahkan keterangan atau pesan yang dapat menarik minat calon pelanggan untuk membelinya.²²

c. Penggunaan Media Sosial

Menurut pengertian intensitas penggunaan dan media sosial di atas, dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan media sosial adalah tingkat keseringan atau jumlah waktu yang digunakan seseorang dalam menggunakan sebuah media yang berbasis internet yang dapat digunakan sebagai sarana interaksi dengan orang lain yang paling praktis, efektif, dan efisien.

Seseorang rela meluangkan waktunya berjam-jam hanya untuk mengakses media sosial. Menurut Dahlan Usman, waktu yang digunakan seseorang untuk mengakses media sosial dalam sehari yaitu 2 hingga 3 jam. Seseorang yang memiliki intensitas dalam penggunaan media sosial, akan menggunakan media sosialnya dalam waktu yang lama. Hal ini dapat menciptakan perilaku kecanduan kepada para pengguna media sosial.²³

²² *Ibid.*, Hal: 32

²³ Siti Nurhalimah, dkk., *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir ...*, Hal: 16

5. Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial merupakan sebuah lingkungan yang berhubungan dengan sosial dan budaya yang di dalamnya terdapat sekelompok orang yang saling melakukan interaksi. Lingkungan sosial yang dimaksudkan yaitu suatu daerah atau tempat di sekitar tempat tinggal seseorang yang terdiri dari keluarga, tetangga, dan teman sebaya. Lingkungan sosial banyak memberikan pengaruh terhadap perubahan dari sikap dan perilaku seseorang.²⁴

Lingkungan sosial merupakan suatu media untuk makhluk hidup dalam mencari, tinggal, hidup, memiliki karakter, serta memiliki keterkaitan secara timbal balik dengan keberadaan makhluk hidup yang ada di sekitarnya. Artinya, seseorang sebagai makhluk sosial tidak dapat hidup sendiri melainkan juga membutuhkan bantuan orang lain dalam kehidupan sehari-harinya.²⁵

Anggota keluarga terutama Ayah dan Ibu merupakan lingkungan sosial yang memiliki hubungan secara langsung dengan seorang individu, sedangkan masyarakat ialah lingkungan sosial yang dapat memberikan pengaruh dalam terbentuknya kepribadian dari individu, salah satunya adalah teman sebaya. Menurut Andi Mappiere (1982), kelompok teman sebaya merupakan suatu lingkungan sosial

²⁴ Mensi M. Sapara, dkk., *Dampak Lingkungan Sosial terhadap Perubahan Perilaku Remaja Perempuan di Desa Ammat Kecamatan Tampan'amma Kabupaten Kepulauan Talaud*, Jurnal Holistik, Vol: 13 No: 3 Juli – September 2020, Universitas Sam Ratulangi Manado, Hal: 2

²⁵ *Ibid.*

pertama para remaja, di mana mereka akan belajar untuk hidup bersama dengan orang lain yang bukan anggota keluarganya.

Seorang siswa atau remaja demi untuk mengikuti kelompok sosialnya, akan melakukan perubahan pada pola konsumsinya agar bisa menyesuaikan dan mengikuti kelompok acuanya tersebut dalam kehidupannya. Seperti halnya dalam keputusan untuk melakukan pembelian, seseorang akan meminta pendapat orang tua, tetangga, maupun teman sebayanya agar mereka bisa menyesuaikan dengan lingkungan sosialnya. Bagi mereka yang tidak dapat mengikuti kebiasaan yang dilakukan dalam kelompok sosialnya, maka akan dikucilkan.²⁶

6. Uang Saku dari Orang Tua

Uang saku merupakan uang yang berasal dari orang tua yang diberikan kepada anaknya yang belum memiliki penghasilan, dan dapat dibelanjakan untuk keperluan sewaktu-waktu.²⁷ Orang Tua memberikan uang saku kepada anaknya baik pada setiap hari, minggu, maupun bulan, sehingga dapat membuat anak dapat mengkonsumsi hal-hal yang menurut mereka penting (Lermitte dan Jennifer, 2004).

Seorang anak yang tidak mampu melakukan pengelolaan terhadap

²⁶ Evy Nurachma dan Dwi Hendriani, *Pengaruh Motivasi Teman Sebaya terhadap Pemeriksaan Payudara Sendiri di SMAN 11 Sambutan Kota Samarinda Kalimantan Timur Tahun 2019*, (Kalimantan Timur: Penerbit NEM, 2019), Hal: 29

²⁷ Fadilla, *Pengaruh Penghasilan Orang Tua dan Uang Saku...*

uang saku yang diberikan oleh orang tuanya, tentu akan membelanjakan uang sakunya untuk memenuhi kesenangannya di luar kebutuhan yang menjadi prioritasnya.²⁸

Dalam memberikan uang saku kepada seorang anak, orang tua harus menyesuaikan dengan usia anak, kondisi, dan anggaran. Jumlah uang saku tergantung pada kondisi keuangan keluarga. Secara tidak langsung, uang saku merupakan suatu keadaan perekonomian seseorang yang belum memiliki penghasilan, seperti siswa.²⁹ Seseorang yang memiliki kemampuan serta pengetahuan dalam pengelolaan uang saku, tentu akan mengelola bagaimana perilaku konsumsinya, artinya membelanjakan secara rasional dan membedakan kebutuhan mana yang harus diutamakan.³⁰

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Dalam kajian penelitian terdahulu, penulis akan memaparkan penelitian terdahulu yang relevan dalam permasalahan dalam penelitian ini atau yang akan diteliti dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Lingkungan Sosial, dan Uang Saku dari Orang Tua Terhadap Perilaku

²⁸ Novita Erliana Sari dan Dwi Nila Andriani, *Hubungan Jumlah Uang Saku Dengan Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa di Kota Madiun*, Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol.: 6 No.: 2, Universitas PGRI Madiun, 2018, Hal: 81

²⁹ Novia Laura, Skripsi: *Analisis Pengawasan Orang Tua dalam Penggunaan Uang Saku Siswa di SMA Negeri 1 Bandar Sei Kijang Kabupaten Pelalawan*, UIN Suska Riau, 2018, Hal: 12

³⁰ Yultiana Marsela, *Pengaruh Literasi Ekonomi, Pengelolaan Uang Saku, dan Kontrol Diri Terhadap Rasionalitas Perilaku Konsumsi Mahasiswa*, Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi, Vol.: 5 No.: 1, Universitas Kanjuruhan Malang, April 2020, Hal: 2

Konsumtif Siswa Kelas XI SMA Negeri 2 Trenggalek Tahun Ajaran 2020/2021”. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul tersebut yang dapat dijadikan sebagai perbandingan dengan penelitian penulis:

Skripsi yang ditulis oleh Luthfatul Amaliya berjudul *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya, dan Status Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Semarang)*. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari penggunaan media sosial *instagram*, teman sebaya, dan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa SMA. Metode penelitian yang digunakan penulis yaitu kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh dari adanya penggunaan media sosial *instagram*, kelompok teman sebaya, dan status ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa SMA secara simultan.³¹

Skripsi yang ditulis oleh Suryo Adi Prakoso berjudul *Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kelompok Teman Sebaya, Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2013)*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk

³¹ Luthfatul Amaliya, Skripsi: *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya, dan Status Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Semarang)*, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, 2017

mendeskripsikan pemanfaatan teknologi informasi, kelompok teman sebaya, dan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2013 baik secara simultan maupun secara parsial. Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan angket, dan metode analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif serta analisis regresi linear berganda. Penelitian ini memberikan hasil yaitu pemanfaatan teknologi informasi, kelompok teman sebaya, dan status sosial ekonomi orang tua secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2013 dengan kontribusi 61,7%, sedangkan secara parsial pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 35,28%, kelompok teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 12,11%, dan status sosial ekonomi orang tua tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2013.³²

Skripsi yang ditulis oleh Elly Anggraeni berjudul *Pengaruh Media Sosial Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan media sosial dan status

³² Suryo Adi Prakoso, Skripsi: *Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kelompok Teman Sebaya, dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2013)*, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, 2017

sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang secara simultan. Metode pengumpulan data yaitu menggunakan angket dengan metode analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat pengaruh media sosial dan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang baik secara simultan maupun parsial.³³

Jurnal penelitian yang ditulis oleh Yasin'ta Aulia Nurachma dan Sandy Arief berjudul *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya, Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari status sosial ekonomi orang tua, adanya kelompok teman sebaya, serta *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif siswa, baik secara parcial maupun secara simultan. Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan melalui angket. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 1)terdapat pengaruh positif status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa secara parsial sebesar 13,91%, 2)terdapat pengaruh positif adanya kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif siswa secara parsial sebesar 12,81%, dan 3)terdapat

³³ Elly Anggraeni, Skripsi: *Pengaruh Media Sosial dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang*, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, 2017

pengaruh negatif *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif siswa secara parsial sebesar 8,58%. Selanjutnya, status ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya, dan *financial literacy* secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa sebesar 35%.³⁴

Jurnal penelitian yang ditulis oleh Subagio berjudul *Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan (FPOK) IKIP Mataram*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan teknik sampling *purposive sampling* (pengambilan sampel data dengan pertimbangan tertentu). Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan (FPOK) IKIP Mataram.³⁵

Jurnal penelitian yang ditulis oleh Nailatul Hidayah dan Prasetyo Ari Bowo berjudul *Pengaruh Uang Saku, Locus of Control, dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif*. Tujuan dari penelitian ini

³⁴ Yasin'ta Aulia Nurachma dan Arief, Sandy. Skripsi: *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya, Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016*, *Economic Education Analysis Journal*, Vol.: 6 No.: 2, Universitas Semarang, 2017

³⁵ Subagio, *Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan (FPOK) IKIP Mataram*, *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, Vol: 3 No: 3, IKIP Mataram, 2019

adalah ada atau tidaknya pengaruh uang saku, *locus of control*, dan lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Metode pengumpulan data menggunakan angket atau kuesioner. Data variabel dianalisis menggunakan statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Ssecara parsial, uang saku dan lingkungan sosial berpengaruh positif, sedangkan *locus of control* berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.³⁶

Berikut adalah tabel penelitian terdahulu di atas yang disajikan mengenai persamaan serta perbedaan dengan penelitian yang sekarang:

Tabel 2.1
Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang

1.	Peneliti	Luthfatul Amaliya
	Judul	(Skripsi) Pengaruh Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> , Teman Sebaya, Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Semarang).
	Persamaan	Penelitian ini membahas mengenai perilaku konsumtif remaja

³⁶ Nailatul Hidayah dan Prasetyo Ari Bowo, *Pengaruh Uang Saku, Locus of Control, dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif*, Jurnal Economic Education Analysis Journal, Vol: 7 No: 3, Universitas Negeri Semarang, 2018

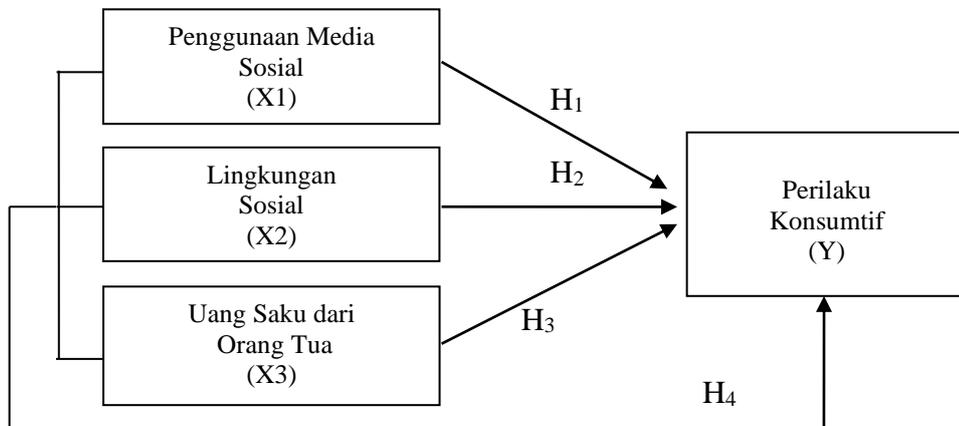
		khususnya pelajar. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.
	Perbedaan	Pada variabel media sosial dalam penelitian ini hanya difokuskan pada penggunaan <i>instagram</i> . Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data hanya menggunakan angket. Dan periode pengamatan pada tahun 2017 yang berlokasi di kota Semarang.
2.	Peneliti	Suryo Adi Prakoso
	Judul	(Skripsi) Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kelompok Teman Sebaya, Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2013)
	Persamaan	Penelitian ini membahas mengenai perilaku konsumtif remaja khususnya pelajar. Metode analisis penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda.
	Perbedaan	Metode pengumpulan data hanya melalui angket. Dan periode pengamatan pada tahun 2017 yang berlokasi di kota Semarang.
3.	Penulis	Elly Anggraeni.
	Judul	(Skripsi) Pengaruh Media Sosial Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
	Persamaan	Penelitian ini membahas mengenai perilaku konsumtif remaja khususnya pelajar. Metode analisis penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda.
	Perbedaan	Responden dalam penelitian ini yaitu mahasiswa. Dan periode

		pengamatan penelitian pada tahun 2017 yang berlokasi di kota Semarang.
4.	Peneliti	Yasin'ta Aulia Nurachma dan Sandy Arief
	Judul	(Jurnal) Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya, Dan <i>Financial Literacy</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016
	Persamaan	Penelitian ini membahas mengenai perilaku konsumtif remaja khususnya pelajar. Metode pengumpulan data menggunakan angket, dan metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.
	Perbedaan	Penelitian ini membahas mengenai literasi keuangan. Dan periode pengamatan pada tahun 2016 yang berlokasi di kota Semarang
5.	Peneliti	Subagio
	Judul	(Jurnal) Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan (FPOK) IKIP Mataram.
	Persamaan	Penelitian ini membahas mengenai perilaku konsumtif remaja khususnya pelajar. Metode pengumpulan data menggunakan angket, dan metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.
	Perbedaan	Penelitian ini hanya membahas pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif. Teknik sampling yang digunakan adalah <i>purposive sampling</i> (pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu), periode pengamatan pada tahun 2017 yang berlokasi di Mataram.

6.	Peneliti	Nailatul Hidayah dan Prasetyo Ari Bowo
	Judul	(Jurnal) <i>Pengaruh Uang Saku, Locus of Control, dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif.</i>
	Persamaan	Penelitian ini membahas mengenai perilaku konsumtif remaja khususnya pelajar. Metode pengumpulan data menggunakan angket, dan metode analisis data menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis.
	Perbedaan	Penelitian ini membahas mengenai <i>Locus of Control</i> . Analisis data salah satunya menggunakan statistik deskriptif. Dan periode pengamatan pada tahun 2018 yang berlokasi di kota Semarang.

Berdasarkan penelitian yang akan dilakukan peneliti saat ini berbeda dengan penelitian terdahulu dari judul, tahun, lokasi penelitian, serta variabel yang digunakan. Dalam penelitian saat ini variabel yang digunakan yaitu penggunaan media sosial, lingkungan sosial, dan uang saku dari orang tua.

C. Kerangka Konseptual



Gambar 2.1

Kerangka Konseptual

Di mana dalam skema kerangka konseptual di atas, terdapat tiga variabel independen yaitu (X1) Media Sosial, (X2) Lingkungan Sosial, dan (X3) Uang Saku Dari Orang Tua serta satu variabel dependen yaitu (Y) Perilaku Konsumtif.

H₁ = Penggunaan media sosial mempengaruhi perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 2 Trenggalek Tahun Ajaran 2020/2021.

H₂ = Lingkungan Sosial mempengaruhi perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 2 Trenggalek Tahun Ajaran 2020/2021.

H₃ = Uang saku dari orang tua mempengaruhi perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 2 Trenggalek Tahun Ajaran 2020/2021.

H₄ = Penggunaan media sosial, lingkungan sosial, dan uang saku dari orang tua mempengaruhi perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 2 Trenggalek Tahun Ajaran 2020/2021.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu dugaan sementara. Penulis bermaksud untuk memperoleh gambaran terkait pengaruh penggunaan media sosial, lingkungan sosial, dan uang saku dari orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 2 Trenggalek Tahun Ajaran 2020/2021. Berikut adalah perumusan hipotesis dalam penelitian ini:

- H1 = Penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 2 Trenggalek.
- H2 = Lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 2 Trenggalek.
- H3 = Uang saku dari orang tua berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 2 Trenggalek.
- H4 = Penggunaan media sosial, lingkungan sosial, dan uang saku dari orang tua secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 2 Trenggalek.