

## **BAB II**

### **TINJAUAN TEORITIS**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

##### **2.1.1 Perilaku Konsumtif**

###### **2.1.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif**

Konsumtif sering diartikan sama dengan konsumerisme, dimana konsumerisme menurut Sumartono dalam (Haryani, I., & Herwanto, 2015) adalah perilaku konsumtif yang merupakan suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Artinya belum habis suatu produk dipakai, seseorang telah menggunakan produk lain dengan fungsi yang sama. Hal ini tentunya akan menyebabkan pengeluaran individu lebih banyak. Perilaku konsumtif ini melekat pada suatu individu yang membeli dan mengkonsumsi barang dan jasa berdasarkan pada keinginan dan bukan kepada kebutuhan.

Sumartono dalam Fransisca & Erdiansyah (2020:436) berpendapat bahwa perilaku konsumtif merupakan aktivitas membeli suatu barang dengan pertimbangan yang tidak masuk akal dan tidak berdasarkan pada kebutuhan. Saat ini, membeli sesuatu sering dilakukan secara berlebihan sebagai usaha untuk memenuhi kesenangan.

Menurut Wahyudi dalam Lutfiah et al., (2022:2) menyatakan bahwa, perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang pada titik ini tidak bergantung pada perenungan normal, kecenderungan materialistis, keinginan luar biasa untuk memiliki benda-benda yang mewah dan tidak perlu pemanfaatan semua dianggap paling mahal dan didorong oleh segala keinginan untuk memuaskan diri. Yuniarti dalam (Lutfiah, 2022) juga mendefinisikan bahwa, perilaku konsumtif adalah suatu keyakinan dalam mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang di butuhkan dalam jumlah besar untuk mencapai pemenuhan yang maksimal. Perilaku konsumtif adalah pembelian suatu barang yang berlebihan yang didasarkan pada keinginan untuk mencari kepuasan, kesenangan fisik, atau hanya mencoba sesuatu yang baru bukan didasari oleh faktor kebutuhan.

Berdasarkan beberapa pendapat mengenai perilaku konsumtif di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang tanpa adanya

pertimbangan rasional untuk mengonsumsi produk yang didasarkan pada keinginan semata dan bukan kebutuhannya.

### **2.1.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif berasal dari hal-hal yang berada di sekeliling mahasiswa itu sendiri. Keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, sebagian besar yaitu faktor yang tidak bisa dikendalikan oleh mahasiswa itu sendiri tetapi harus benar-benar diperhitungkan. (Kurniawan, 2017) merumuskan ada beberapa faktor yang mendorong perilaku konsumtif:

1. Pembeli ingin tampak berbeda dari yang lain. Kebanyakan sifat konsumtif muncul karena pembeli ingin memiliki barang yang tidak dimiliki orang lain, Alhasil pembeli pun akan mencari barang yang langka atau *limited edition* dan tentu saja harganya pasti sangat mahal.
2. Kebanggaan karena penampilan dirinya. Sifat konsumtif juga biasa terjadi karena rasa kebanggaan yang berlebih terhadap penampilan sendiri. Banyak diantaranya orang akan percaya diri bila memiliki barang-barang mewah dan selalu update/terbaru.
3. Ikut-ikutan. Ada juga sifat orang yang senangnya ikut-ikutan dengan orang lain, sehingga apapun produk yang sedang terkenal orang tersebut akan membeli produk itu dan memilikinya.
4. Menarik perhatian dari orang lain. Ini merupakan salah satu faktor yang paling berpengaruh terhadap perilaku konsumtif seseorang, biasanya orang yang selalu ingin menarik perhatian orang lain pasti memiliki barang-barang yang *up to date*. Kecenderungan orang-orang akan memaksimalkan kegiatan belanja mereka bukan lagi sesuai dengan kebutuhan primer sehari-hari tetapi akan sesuai selera mereka masing-masing (tersier).

Selain itu, (Tribuana, 2020) juga menyebutkan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif diantaranya yaitu faktor budaya (kebudayaan, subkebudayaan, 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).

### 2.1.1.3 Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Untuk mengetahui indikator perilaku konsumtif, maka diperlukan apa saja aspek-aspek perilaku konsumtif. Menurut (Fitriayah, 2016) aspek-aspek perilaku konsumtif terbagi menjadi empat aspek, yaitu :

1. *Impulsif*, yaitu perilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat, yang dilakukan tanpa pertimbangan dan biasanya bersifat emosional.
2. Pemborosan, yaitu perilaku menghamburkan banyak dana tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas.
3. *Pleasure seeking*, perilaku ini berkaitan dengan sifat remaja yang narsistik, ingin mencari kesenangan dengan melakukan pembelian dan keinginan eksis dalam kelompoknya.
4. *Satisfaction seeking*, perilaku ini didasari oleh adanya keinginan untuk selalu lebih dari yang lain, selalu ada ketidakpuasan dan usaha untuk mendapat pengakuan dari yang lain dan biasanya diikuti rasa bersaing yang tinggi.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan bahwa aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Lina dan Rosyid adalah impulsif, pemborosan, pleasure seeking dan *satisfaction seeking*.

### 2.1.1.4 Dampak Perilaku Konsumtif

Semakin tinggi melakukan kegiatan konsumsi dari berbagai produk maka tentunya akan memiliki dampak, baik dampak positif maupun negatif. Menurut (Kurniawan, 2017), bahwa perilaku konsumtif ini pada beberapa sisi memberikan dampak positif antara lain :

1. Membuka dan menambah lapangan pekerjaan, karena akan membutuhkan tenaga kerja lebih banyak untuk memproduksi barang dalam jumlah besar.
2. Meningkatkan motivasi konsumen untuk menambah jumlah penghasilan, karena konsumen akan berusaha menambah penghasilan agar bisa membeli barang yang diinginkan dalam jumlah dan jenis yang beraneka ragam.
3. Menciptakan pasar bagi produsen, karena bertambahnya jumlah barang yang dikonsumsi masyarakat maka produsen akan membuka pasar-pasar baru guna mempermudah memberikan pelayanan kepada masyarakat.

Bila dilihat dari sisi negatifnya, maka perilaku konsumtif akan menimbulkan dampak :

1. Pola hidup yang boros dan akan menimbulkan kecemburuan sosial, karena orang akan membeli semua barang yang diinginkan tanpa memikirkan harga barang tersebut murah atau mahal, barang tersebut diperlukan atau tidak, sehingga bagi orang yang tidak mampu mereka tidak akan sanggup untuk mengikuti pola kehidupan yang seperti itu.
2. Mengurangi kesempatan untuk menabung, karena orang akan lebih banyak membelanjakan uangnya dibandingkan menyalahkannya untuk ditabung.
3. Cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang, orang akan mengkonsumsi lebih banyak barang pada saat sekarang tanpa berpikir kebutuhannya di masa datang.

Berdasarkan uraian diatas, penulis menyimpulkan bahwa perilaku konsumtif memiliki dampak positif dan dampak negatif. Dampak positif dari perilaku konsumtif memberikan keuntungan seperti terbukanya lapangan pekerjaan, meningkatkan motivasi konsumen dalam menambah penghasilan, dan mampu menciptakan pasar baru bagi produsen. Adapun dampak negatifnya yaitu menimbulkan pola hidup yang boros, mengurangi seseorang untuk menabung, dan cenderung tidak memikirkan kebutuhan jangka panjang. Lalu, perilaku konsumtif ini sangat merugikan bagi kalangan mahasiswa dimana tingkat konsumsinya cenderung tinggi dan mereka akan bersaing untuk menampilkan diri berperilaku konsumtif.

#### **2.1.1.5 Indikator Perilaku Konsumtif**

Indikator merupakan sebuah variabel ukur yang dapat digunakan untuk memberikan petunjuk, sebagai standar acuan, dan pedoman, yang menunjukkan perubahan pada suatu fenomena. (Wardani, 2021) menyatakan indikator perilaku konsumtif terdiri dari delapan indikator, yaitu :

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah  
Konsumen mahasiswa membeli produk bukan berdasarkan kebutuhan karena iming-iming yang ditawarkan pada produk tersebut.
2. Membeli produk karena kemasannya menarik

Konsumen mahasiswa membeli produk hanya karena terbuju oleh kemasannya yang menarik.

3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dari gengsi

Pada umumnya, konsumen mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya dengan tujuan menarik perhatian orang lain. Konsumen mahasiswa membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.

4. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaan)

Konsumen mahasiswa cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status

Konsumen mahasiswa membeli suatu produk yang memberi kesan berasal dari kelas sosial lebih tinggi atau produk mahal. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status kelihatan lebih keren dimata orang lain

6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan

Konsumen mahasiswa cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolaknya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya. Konsumen mahasiswa juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan public figure produk tersebut.

7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri Konsumen sangat mudah terdorong untuk mencoba suatu produk yang diiklankan, karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri.

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

Konsumen akan cenderung menggunakan produk sejenis dengan merek yang lain, meskipun produk yang sebelumnya dimiliki tersebut belum habis dipakai. Sedangkan menurut (Lestarina, 2017) terdapat tiga aspek seseorang atau

kelompok dikatakan konsumtif yaitu :

1. Pembelian (*Impulsif Buying*)

Aspek ini menunjukkan bahwa seseorang berperilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat, yang dilakukan tanpa pertimbangan terlebih dahulu, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional.

2. Pemborosan (*Wasteful Buying*)

Sebagai suatu perilaku pembelian secara berlebihan sehingga menghabiskan banyak dana tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas.

3. Mencari Kesenangan (*Non Rational Buying*)

Melakukan pembelian atas dasar kesenangan semata dan bukan karena kebutuhan. Kesenangan disini yaitu menggunakan waktu luang untuk bersenang-senang yang mengakibatkan *Non-rational Buying*, atau melakukan kegiatan konsumsi yang sifatnya tidak rasional dan dianggap tidak memiliki manfaat.

Dari pendapat ahli tersebut indikator yang digunakan oleh peneliti dalam mengukur perilaku konsumtif mahasiswa adalah menurut Sumartono dalam (Wardani, 2021) yaitu membeli produk karena hadiah, membeli produk karena kemasan, membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga, membeli produk untuk menjaga symbol status, memakai produk karena unsur konformitas, muncul penilaian membeli produk mahal menimbulkan percaya diri, dan mencoba lebih dari dua produk sejenis.

## **2.1.2 Gaya Hidup**

### **2.1.2.1 Pengertian Gaya Hidup**

Gaya hidup merupakan bagaimana orang hidup, menghabiskan atau membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu mereka. Sehingga dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan pola seseorang yang dinyatakan dalam aktivitas, minat dan kebiasaan dalam membelanjakan uang serta mengalokasikan waktu Mowen & Minor (Aulianingrum, R. D., & Rochmawati, 2021).

Menurut Sugihartati (Aulianingrum, R. D., & Rochmawati, 2021) gaya hidup adalah cara hidup mencakup sekumpulan kebiasaan, pandangan dan pola-pola

respon terhadap hidup, serta terutama perlengkapan untuk hidup, termasuk bagaimana seseorang menggunakan uangnya, bagaimana ia mengalokasikan waktunya dan sebagainya.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan bagaimana perilaku seseorang, yang dilihat dari bagaimana dia hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya, tetapi hal tersebut bukan atas dasar kebutuhan namun atas dasar keinginan dalam hal kemewahan atau berlebih-lebihan (hedon). Pada penelitian difokuskan pada gaya hidup hedonisme yang saat ini banyak terjadi dikalangan mahasiswa dimana gaya hidup hedonisme merupakan pola kehidupan yang lebih mengutamakan kesenangan, hidup yang menyenangkan merupakan tujuan yang dilakukan.

#### **2.1.2.2 Macam-Macam Gaya Hidup**

Macam-macam gaya hidup dikutip dalam Kresdianto (Padmawati, 2018) meliputi:

##### **1. Gaya Hidup Mandiri**

Kemandirian merupakan mampu hidup tanpa bergantung pada seseorang atau yang lain. Sehingga, diperlukan kemampuan untuk kelebihan dan kelemahan yang dimiliki oleh diri sendiri, serta berstrategi dengan kelebihan dan kelemahan yang dimiliki tersebut agar dapat mencapai tujuan.

##### **2. Gaya Hidup Modern**

Perkembangan teknologi saat ini membawa dampak pada kehidupan yang serba modern dan praktis, menuntut masyarakat khususnya dikalangan mahasiswa yang dipandang oleh orang lain sebagai seseorang yang terpelajar, menjadi panutan, berpengetahuan, rapi, dan sopan. Dari hal tersebut mendorong mahasiswa ingin menjadi yang terbaik khususnya dalam pemahaman teknologi. Gaya hidup digital (*digital lifestyle*) merupakan istilah yang sering kali digunakan untuk menggambarkan gaya hidup yang modern yang erat kaitannya dengan teknologi informasi. Teknologi informasi berperan untuk mempermudah dan mengefisienkan segala sesuatu yang dilakukan baik pada masa kini ataupun masa mendatang dengan tujuan untuk mencapai efisiensi dan produktivitas maksimum. Saat ini hal tersebut tentu tidak dapat dibantah lagi,

bahwa teknologi informasi memang begitu berperan besar dalam meningkatkan efisiensi dalam kehidupan.

3. Gaya Hidup Sehat

Gaya hidup sehat merupakan suatu pilihan sederhana yang sangat tepat dalam menjalankan kelangsungan hidup. Hidup dengan pola makan, pikiran, kebiasaan dan lingkungan yang sehat. Sehat dalam artian disini yaitu segala hal yang kita kerjakan memberikan dampak dan hasil yang baik dan positif baik untuk diri sendiri maupun orang lain.

Contohnya : menjaga pola makan, olahraga, tidur teratur serta tidak terlibat dan mengkonsumsi barang-barang haram (narkoba).

4. Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis merupakan suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak mengahbiskan waktu diluar rumah tetapi dalam hal negative dan tidak memiliki benefit akan hal yang dilakukan, lebih banyak bermain, senang membeli barang mahal, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.

5. Gaya Hidup Hemat

Hidup hemat adalah menggunakan sesuatu sesuai dengan keperluan tidak berlebih-lebihan, menggunakan harta sesuai kebutuhan yang ada serta mampu menggunakannya dengan pertimbangan yang baik (matang), tidak hanya berorientasi pada masa sekarang saja tetapi juga untuk masa yang akan datang, semua perilaku yang dilakukan tidak menjadikan keinginan menjadi kebutuhan. Contohnya : teliti dalam melakukan tindakan serta memiliki cara pandang yang bijak dalam berbelanja, disiplin dalam menabung, serta cermat dalam berbagai hal (memanfaatkan tenaga dan waktu).

6. Gaya Hidup Bebas

Gaya hidup bebas merupakan suatu gaya hidup atau cara hidup dengan mengikuti keinginan hati yang tidak terhalang, terganggu dan memiliki kekuasaan.

Contoh : pergaulan bebas yang dianggap sudah menjadi hal yang biasa, tindakan kriminal serta perkelaihan yang merajalela.



Gaya hidup juga merupakan suatu seni yang dibudidayakan oleh setiap orang. Gaya hidup ini berkaitan erat dengan perkembangan jaman serta teknologi informasi, itu artinya gaya hidup ini dapat memberikan dampak yang positif atau negative bagi yang menjalankannya. Pada penelitian ini yang menjadi fokus penelitian yaitu pada gaya hidup hedonis untuk dikategorikan kedalam skala yang nantinya akan menjadi tingkatan sejauh apa gaya hidup hedon dikalangan mahasiswa. Sebagaimana data awal pra-penelitian, dimana saat ini kehidupan dilingkungan kampus mahasiswa menjadikan kampus sebagai ajang pameran atau bersaing dalam memenuhi tuntutan gaya hidup dari perkembangan zaman serta modernitas.

### **2.1.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup**

Gaya hidup tentunya tidak akan terlahir dengan sendirinya, akan ada faktor-faktor yang mempengaruhi sehingga munculnya gaya hidup. Menurut Armstrong dalam (Ajiwibawani, 2015) “Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup ada dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal”. Faktor yang berasal dari dalam diri (internal) terdiri dari sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif dan persepsi. Sedangkan faktor yang berasal dari luar (eksternal) terdiri dari kelompok acuan, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan.

Dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup itu ada dua, yakni faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdiri dari sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif dan persepsi. Sedangkan faktor eksternal terdiri dari kelompok acuan, keluarga, kelas sosial dan kebudayaan.

### **2.1.2.4 Indikator Gaya Hidup**

Menurut Sunarto (Nurul Amalia Putri, 2019) gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang, untuk memahami kekuatan-kekuatan ini kita harus mengukur dimensi AIO utama konsumen yaitu dari aktivitas (pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, kegiatan sosial), minat (makanan, mode, keluarga, rekreasi), pendapat (mengenai diri sendiri, masalah-masalah sosial, bisnis, produk). Berikut merupakan penjelasan terkait indikator gaya hidup:

1. *Activities* (aktivitas), merupakan apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli ataupun digunakan, kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang.

Contoh aktivitas yaitu : tindakan nyata seperti menghabiskan banyak waktu diluar rumah (bermain, berbelanja atau sekedar nongkrong dan berfoto-foto demi terlihat tren), lebih banyak membeli barang-barang yang kurang diperlukan dan kegiatan lainnya hanya sebagai bentuk memperlihatkan status sosial mereka kepada orang lain.

2. *Interest* (minat) merupakan suatu hal semacam obyek, peristiwa, atau topic dengan tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus menerus kepadanya. Di dalamnya termasuk kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen.

Contoh minat : tertarik untuk membeli suatu produk karena promosi, tertarik untuk membeli barang-barang mewah.

3. *Opini* (pendapat) merupakan pandangan dan perasaan konsumen dalam menggapai isu-isu global, lokal, moral, ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan penimbangankonsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternative.

Contoh opini : merasa senang ketika memiliki produk bermerek, memperlihatkan kegiatan ketika nongkrong atau berbelanja di media sosial.

### **3.1.3 Teman Sebaya**

#### **3.1.3.1 Pengertian Teman Sebaya**

Menurut Santrock (Luqman Nul Hakim, 2017) teman sebaya (*Peers*) adalah anak-anak atau remaja yang memiliki usia atau tingkat kematangan yang kurang lebih sama. Berdasarkan pendapat diatas, teman sebaya merupakan hubungan antar individu atau kelompok yang memiliki tingkatan usia yang sama, tanpa terikat oleh hubungan yang formal dan memiliki ciri khas atau kebiasaan tersendiri di dalam kelompoknya.

Dalam pergaulannya dengan teman sebaya, remaja selalu merasa nyaman jika melakukan sesuatu bersama dengan teman-temannya daripada melakukannya sendiri. Salah satu upaya yang dapat dilakukan agar seorang remaja dapat diterima dalam lingkungan pergaulannya yaitu dengan mengikuti perilaku konsumsi individu dalam kelompoknya. Hal ini dipengaruhi oleh persepsi remaja yang beranggapan bahwa untuk diterima dalam lingkungan kelompoknya, seorang remaja harus percaya tentang informasi apapun yang berasal dari kelompoknya (Pratiwi, 2017)

Hal tersebut juga terjadi pada mahasiswa, mereka hidup dalam lingkungan baru yang mempertemukannya dengan berbagai jenis teman dari berbagai wilayah dan tentunya memiliki latar belakang yang berbeda – beda. Mereka cenderung merasa memiliki nasib sepejuangan sepenanggungan, maka dari itu teman merupakan suatu hal yang penting pada keterlibatan/keakraban mereka dalam lingkungan kuliah maupun lingkungan kost.

Dari beberapa pendapat tersebut dapat diberikan kesimpulan bahwa teman sebaya merupakan sekumpulan atau sekelompok orang yang saling memberikan pengaruh antara satu dan lainnya dalam hal bermain, belajar, atau dalam hal mengambil keputusan.

### **3.1.3.2 Faktor-Faktor Teman Sebaya**

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi individu dalam lingkungan sosialnya, teman sebaya akan tumbuh jika terdapat situasi yang mendukung hal tersebut. Menurut Sears dalam (Priyanti, D., & Silaen, 2017) terdapat empat faktor yang mempengaruhi teman sebaya, diantaranya:

1. Rasa Takut Terhadap Celaan Sosial

Alasan utamanya ialah agar memperoleh persetujuan atau menghindar celaan kelompok

2. Rasa takut terhadap penyimpangan

Rasa takut dipandang sebagai individu yang menyimpang merupakan faktor dasar hampir dalam semua situasi sosial. Setiap individu menduduki suatu posisi dan individu menyadari bahwa posisi itu tidak tepat. Berarti individu telah menyimpang dalam pikirannya sendiri yang membuatnya merasa gelisah

dan emosi terkadang menjadi tidak terkontrol. Individu cenderung melakukan sesuatu hal yang sesuai dengan nilai-nilai kelompok tanpa memperdulikan akibatnya nanti.

### 3. Kekompakan kelompok

Kekompakan yang tinggi menimbulkan konformitas antar teman sebaya semakin tinggi. Alasannya adalah bahwa bila orang merasa dekat dengan anggota kelompok yang akan semakin menyenangkan bagi mereka untuk mengakui dan meyakinkan apabila mereka mencela.

### 4. Keterikatan pada penilaian bebas

Keterikatan sebagai kekuatan total yang membuat seseorang mengalami kesulitan untuk melepaskan suatu pendapat, orang yang secara terbuka dan bersungguh-sungguh terikat suatu penilaian bebas akan lebih enggan menyesuaikan diri terhadap penilaian kelompok yang berlawanan.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor teman sebaya dapat terjadi karena adanya rasa takut terhadap celaan sosial, rasa takut terhadap penyimpangan, kekompakan kelompok dan keterikatan pada penilaian bebas.

### **3.1.3.3 Indikator Teman Sebaya**

Menurut Santosa dalam (Hidayah, N., & Bowo, 2018), terdapat beberapa indikator dalam teman sebaya, antara lain:

#### 1. Kerjasama

Adanya diskusi antar individu yang akan memunculkan berbagai ide atau jalan keluar dalam pemecahan masalah terkait dengan pengelolaan keuangan dan membuat kekompakan antar individu.

#### 2. Persaingan

Persaingan adalah suatu perjuangan yang dilakukan perorangan atau kelompok sosial tertentu agar memperoleh kemenangan atau hasil secara kompetitif tanpa menimbulkan ancaman atau benturan fisik. Persaingan dalam hal ini adalah bagaimana teman sebaya mempengaruhi gaya hidup individu.

#### 3. Pertentangan

Pertentangan yang ada di lingkungan teman sebaya kerap terjadi adanya perbedaan dan untuk menghindari adanya pertentangan maka perlu toleransi antar individu atau kelompok.

4. Penerimaan (Akulturasi)

Penerimaan adalah suatu proses sosial yang timbul manakala suatu kelompok manusia dengan kebudayaan tertentu dihadapkan dengan unsur dari suatu kebudayaan asing. Kebudayaan asing tersebut lambat laun diterima dan diolah dalam kebudayaannya sendiri tanpa menghilangkan kebudayaan dari kelompok tersebut.

5. Persesuaian

Persesuaian adalah penyesuaian tingkah laku manusia, yang dimaksud disini adalah individu dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitarnya. Salah satunya yaitu ketika individu memasuki lingkungan teman sebaya yang baru, maka lambat laun individu tersebut menyesuaikan dengan lingkungan barunya tersebut, sehingga secara tidak langsung pola pikir dan perilakunya pun akan menyesuaikan dengan lingkungan teman sebaya yang baru tersebut.

6. Perpaduan

Setiap individu masing-masing memiliki kepribadian yang beragam dapat bergabung menjadi satu tanpa membedakan atau merendahkan antara satu dengan lainnya sehingga mencapai tujuan yang sama. Perpaduan dalam hal ini yaitu perpaduan antar individu. Seperti halnya bertukar pikiran dengan teman sebayanya mengenai pengalaman, tempat berbelanja, maupun memilih suatu produk.

### **3.1.4 Literasi Keuangan**

#### **3.1.4.1 Pengertian Literasi Keuangan**

Menurut Remund dalam (Yudasella, I. F., & Krisnawati, 2019) literasi keuangan merupakan tolak ukur pengetahuan seseorang dalam memahami konsep-konsep keuangan juga kemampuan dan keyakinan untuk mengelola keuangan pribadi melalui pengambilan keputusan jangka pendek yang tepat dan juga rencana keuangan jangka panjang yang sehat dengan memperhatikan peristiwa lingkungan dan perubahan kondisi ekonomi yang terjadi.

Chen dan Volpe dalam (Yushita, 2017) mengartikan literasi keuangan sebagai pengetahuan untuk mengelola keuangan agar bisa hidup lebih sejahtera di masa yang akan datang. Selain itu, Lusardi dalam (Azizah, 2020) menyatakan bahwa literasi keuangan ialah suatu keterampilan yang harus dikuasai oleh setiap individu untuk memperbaiki taraf hidupnya dengan upaya pemahaman terhadap perencanaan dan pengalokasian sumber daya keuangan yang tepat dan efisien.

Dari definisi yang ada, dapat diartikan bahwa literasi keuangan merupakan suatu pengetahuan yang berhubungan dengan keuangan dimana apabila seseorang memiliki pengetahuan tersebut maka akan dapat meningkatkan keterampilan mereka dalam mengelola keuangan sehingga nantinya akan dapat terhindar dari masalah yang berhubungan dengan keuangan. Selain itu, literasi keuangan juga dapat diartikan sebagai sebuah tolak ukur pengetahuan dan kemampuan seseorang dalam memahami pengelolaan keuangan agar tidak terjadi masalah keuangan.

#### **3.1.4.2 Tingkatan Literasi Keuangan**

Menurut Otoritas Jasa Keuangan OJK dalam (Suryanto, S., & Rasmini, 2018) tingkat financial literacy seseorang dikelompokkan menjadi empat jenis, yaitu:

1. *Well literate*: seseorang memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.
2. *Suff literate*: seseorang memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan, risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan.
3. *Less Literate*: seseorang hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan.
4. *Not Literate*: seseorang tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

#### **3.1.4.3 Indikator Literasi Keuangan**

Indikator literasi keuangan menurut Chen dan Volme dalam (Yushita, 2017) adalah sebagai berikut :

1. Pengetahuan umum tentang keuangan

Pengetahuan umum tentang keuangan ini menyangkut keuangan pribadinya meliputi cara individu mengatur pendapatan dan pengeluarannya serta memahami bagaimana konsep dasar keuangan

2. Simpanan dan pinjaman

Tabungan merupakan uang yang disimpan untuk keperluan dimasa depan. Simpanan dapat berupa tabungan dibank maupun tabungan dalam bentuk deposito. Sedangkan pinjaman adalah fasilitas untuk meminjam uang dan akan dibayarkan dalam jangka waktu yang telah disepakati.

3. Asuransi

Asuransi merupakan persiapan individu dalam bentuk perlindungan yang meliputi asuransi jiwa, asuransi pendidikan, dan asuransi kesehatan.

4. Investasi

Investasi merupakan menyimpan dan mengelola uang agar bisa mendapatkan lebih banyak uang. Investasi merupakan suatu perencanaan keuangan dapat dipikirkan dalam mengalokasikan pendapatan dengan tujuan investasi yang dapat memperoleh keuntungan pada masa mendatang.

## 2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

**Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Yang Relevan**

No	Penulis	Judul	Hasil Penelitian
1.	(Sari, 2021)	Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019.	Metode yang digunakan dalam pada penelitian ini adalah uji koefisien determinansi dengan menyebarkan kuesioner skala likert. Analisis data yang digunakan adalah analisis linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan dalam uji t masing-masing variable literasi keuangan dan gaya hidup secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Pada hasil uji F menunjukkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
2.	(Kurniawan, 2017)	Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Konformitas Hedonis, Penggunaan Electronic Money, Gaya Hidup dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif.	Metode yang digunakan adalah metode <i>non probability sampling</i> dengan teknik <i>purposive sampling</i> . Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (uji t), variabel literasi keuangan dan konformitas hedonis tidak berpengaruh



No	Penulis	Judul	Hasil Penelitian
			<p>terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan variabel kontrol diri, penggunaan electronic money, gaya hidup dan lingkungan teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hasil secarasimultan (uji F) menunjukkan bahwa literasi keuangan, kontrol diri, konformitas hedonis, penggunaan electronic money, gaya hidup dan lingkungan teman sebaya berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif</p>
3.	(Aini, Z. N., Rapini, T., & Riawan, 2023)	<p>Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo Pengguna Aplikasi Belanja Online.</p>	<p>Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Hasil dari Penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, pengendalian diri, dan lingkungan teman sebaya mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan hasil dari Uji simultan menyatakan bahwa literasi keuangan, pengendalian diri,</p>

No	Penulis	Judul	Hasil Penelitian
			danteman sebaya Lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif Serentak.
4.	(Febriyanty, N., & Faizin, 2022)Jurnal Ekonomi Syariah Vol, 7(2).	Pengaruh Gaya Hidup, Konformitas Teman Sebaya Dan Status Sosial Ekonomi OrangTua Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z Di Kota Madiun	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara parsial dan simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup, konformitas teman sebaya dan status sosialekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif generasi Z di kota Madiun.

*Sumber : Skripsi dan Jurnal*

Dari keempat penelitian yang relevan tersebut terdapat perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu variabel dependen dan independen, tempat dan waktu penelitian, populasi, objek penelitian, metode pengumpulan data, serta metode pengambilan sampel yang digunakan.

### **2.3 Kerangka Pemikiran**

Menurut (Sugiyono, 2019) kerangka berpikir merupakan konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagaimana masalah yang penting. Setiap individu khususnya mahasiswa pasti melakukan suatu konsumsi baik barang maupun jasa. Tetapi kegiatan konsumsi tersebut kadang tidak disertai dengan pertimbangan yang matang sehingga terjadi perilaku konsumtif pada mahasiswa. Hal ini dapat disebabkan beberapa faktor diantaranya, ingin terlihat berbeda dari yang lain, faktor sosial seperti lingkungan sekitar, faktor pribadi mahasiswa, gaya hidup mahasiswa sehari-hari, status sosial, faktor pengetahuan mahasiswa dan lain sebagainya.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori yang diungkapkan oleh (Ajzen, 1991) dalam (Wicaksono & Nuryana, 2020) yaitu *Theory of Planned*

*Behavior*, dalam teori ini dijelaskan adanya beberapa pilihan perilaku dipertimbangkan, konsekuensi dan hasilnya akan dinilai untuk membuat keputusan melakukan sesuatu atau tidak melakukannya (intensi). Intensi atau niat dipengaruhi oleh tiga determinan yaitu *attitude towards the behavior*, *subjective norm* dan *perceived behavioral control*.

Konsep *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang pertama yaitu *attitude towards the behavior*. *Attitude towards the behavior* adalah sikap pribadi yang mendeskripsikan seberapa besar individu untuk melakukan perilaku tersebut. Sikap terhadap perilaku seseorang mengarah pada pembentukan evaluasi yang akan berdampak baik atau buruk dan sikap tersebut akan memengaruhi proses dari pengambilan keputusan dengan baik. Konsep *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang kedua adalah *subjective norm* atau norma subjektif. Norma subjektif menjelaskan tentang perilaku tertentu dipengaruhi oleh argumen orang sekitar. Konsep *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang ketiga adalah *perceived behavioral control* atau perilaku kontrol. Persepsi kontrol adalah hal yang bisa dirasakan berupa kemudahan atau kesulitan seorang individu dalam melakukan suatu perilaku. Persepsi kontrol juga dapat diartikan kontrol yang dimiliki seorang individu yang berhubungan dengan suatu tingkah laku.

Peneliti menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) sebagai grand theory dalam menyusun penelitian karena TPB merupakan salah satu teori yang dapat digunakan untuk menjelaskan perilaku seseorang yang membutuhkan perencanaan. Sesuai dengan TPB, perilaku konsumtif dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku.

Penelitian ini menggunakan variabel gaya hidup, teman sebaya, dan literasi keuangan. Variabel gaya hidup termasuk dalam salah satu faktor pembentuk perilaku, yakni sikap atau *attitude toward behavior* yang merupakan faktor yang berasal dalam diri manusia atau faktor internal. Variabel teman sebaya termasuk dalam faktor pembentuk perilaku manusia yakni norma subjektif. Terakhir variabel literasi keuangan termasuk dalam salah satu faktor pembentuk perilaku manusia yakni kontrol perilaku persepsian atau *perceived behavioral control*. Faktor ini merupakan faktor yang berasal dari luar (eksternal). Hal ini dikarenakan, jika

individu ingin memiliki atau meningkatkan kemampuan literasi keuangan mereka, maka hal tersebut dilakukan dengan cara mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan literasi keuangan itu sendiri, seperti pemahaman tentang konsep asuransi atau investasi, tabungan, pinjaman dan lain-lain. Hal ini akan menambah wawasan individu mengenai literasi keuangan dan tentunya akan membuat individu lebih berhati-hati dalam berperilaku yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan.

Saat ini gaya hidup terus berkembang yang menyebabkan mahasiswa menjadi boros hanya untuk mengikuti gaya hidup yang sedang trend serta merasa bangga akan perilaku tersebut yang tentunya membuat mereka berperilaku konsumtif. Gaya Hidup (*Lifestyle*) didefinisikan sebagai bagaimana seseorang hidup, termasuk bagaimana seseorang menggunakan uangnya, bagaimana ia mengalokasikan waktunya dan sebagainya. Menurut Kotler (2002: 192) dalam (Febriyanty, N., & Faizin, 2022) gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya, dalam arti bahwa secara umum gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal disekitarnya dan seberapa jauh dia peduli dengan hal itu dan juga apa yang dia pikirkan tentang dirinya sendiri dan juga dunia luar.

Semakin tinggi aktivitas gaya hidup hedonism mahasiswa, akan semakin tinggi pula perilaku konsumtif atau dalam mencari kesenangan semata. Sebaliknya jika mahasiswa mampu mengontrol dan mengurangi gaya hidup hedonnya yang tinggi, maka mahasiswa dapat menghindari perilaku konsumtif dalam membelanjakan hal-hal yang tidak penting. Gaya hidup mahasiswa saat ini cenderung konsumtif terhadap keuangannya dan mereka belum bisa mengontrol keuangan yang dimiliki. Gaya hidup hedon yang tinggi bisa disebabkan oleh lingkungan sekitar yang membuat mahasiswa lupa akan pentingnya menyisihkan uang untuk masa yang akan datang. Gaya hidup yang tinggi dan cenderung hedonism akan menimbulkan terjadinya perilaku konsumtif. Oleh karena itu, semakin tinggi gaya hidup mahasiswa maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtif yang dilakukan.

Selain faktor internal dari diri sendiri seperti gaya hidup, mahasiswa juga cenderung berperilaku konsumtif karena adanya dorongan ketika mahasiswa berada ditengah-tengah perkumpulan orang-orang atau di tengah-tengah lingkungan

orang-orang yang rata-rata berumur sama dengan individu tersebut. Pergaulan dengan teman sebaya memberikan pengaruh terhadap perubahan perilaku seseorang untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Dengan berinteraksi dalam lingkungan teman sebaya seseorang dapat menerima *feedback* atau umpan balik yang diberikan teman-temannya mengenai kemampuan, masing-masing dari individu tersebut menilai satu sama lain apakah yang dilakukan individu-individu tersebut baik ataukah buruk.

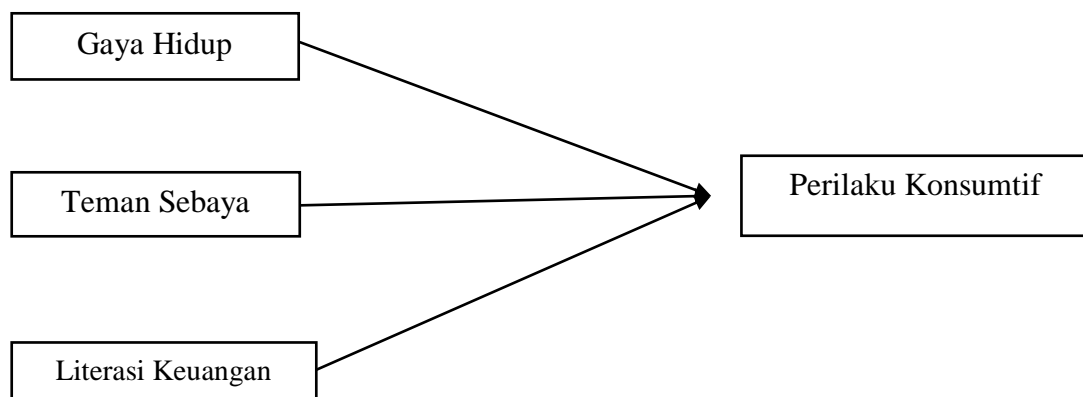
Menurut Kadeni dan Ninik (2018 : 62) pengaruh lingkungan teman sebaya berasal dari luar individu tersebut atau bersifat eksternal. Apabila seorang individu tersebut tidak memiliki dorongan dari internal individu itu sendiri agar dapat menyelesaikan permasalahannya, kemungkinan individu tersebut akan mengalami kegagalan. Dengan begitu pengaruh yang ditimbulkan dari pergaulan lingkungan teman sebaya sangat nampak jelas bila menggunakan teknologi dan informasi sangat memberikan pengaruh setiap individu dalam kehidupan sehari-hari yang paling utama adalah dalam kegiatan memenuhi kebutuhannya atau tingkat konsumtif seseorang.

Selain teman sebaya sebagai faktor eksternal menurut Sumarwan (2014) terdapat pula faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah pengetahuan terkait literasi keuangan. Literasi keuangan didapatkan dari suatu proses belajar maupun pengalaman yang dilakukan oleh individu itu sendiri. Ketika mahasiswa memiliki pengetahuan tentang keuangan yang baik, maka ia akan mengambil keputusan dengan baik pula. Hal tersebut akan meminimalisir terjadinya perilaku konsumtif, karena mahasiswa yang memiliki literasi keuangan tinggi akan lebih bijak dalam menggunakan uangnya dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan Penelitian (Sari, 2021) juga menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Sehingga ketika mahasiswa memiliki pengetahuan literasi keuangan dalam kategori tinggi seharusnya mahasiswa tidak berperilaku konsumtif atau perilaku konsumtifnya rendah tetapi dengan kenyataan yang ada mahasiswa yang rata-rata memiliki literasi keuangan pada kategori tinggi, perilaku konsumtif mahasiswa masih tinggi pula.

Faktor gaya hidup, teman sebaya dan literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa saat ini, dimana mahasiswa yang memiliki gaya hidup hedon yang tinggi serta lingkungan teman sebaya yang tingkat kecerdasan atau keakrabannya tinggi pula tetapi tidak dibarengi pengetahuan literasi keuangan yang baik dan tidak mampu untuk mengurangi gaya hidup hedonis yang tinggi serta lingkungan pertemanan yang cenderung hedonis pula yaitu hanya mengutamakan kesenangan serta cenderung pengikut *tren* maka mahasiswa akan melakukan perilaku konsumtif dan menjadi boros karena pengelolaan keuangan yang kurang baik. Pada penelitian ini terfokus pada tiga hal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu faktor gaya hidup, lingkungan teman sebaya serta proses belajar melalui literasi keuangan.

Dari uraian tersebut peneliti menyimpulkan kerangka berfikir seperti pada gambar 2.1 berikut:



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**

#### **2.4 Hipotesis Penelitian**

Menurut Gunawan dalam (Wardani, 2020) hipotesis adalah salah satu asumsi atau anggapan atau dugaan teoritis yang dapat ditolak atau tak ditolak secara empiris. Sedangkan Sudjana dalam (Wardani, 2020) menyatakan bahwa hipotesis adalah asumsi atau dugaan mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal yang sering dituntut untuk melakukan pengecekan. Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, dapat disimpulkan hipotesisnya sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Siliwangi Angkatan 2020
2. Terdapat pengaruh antara teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Siliwangi Angkatan 2020
3. Terdapat pengaruh antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Siliwangi Angkatan 2020
4. Terdapat pengaruh signifikan antara gaya hidup, teman sebaya dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Siliwangi.