



**PENGARUH KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DAN LITERASI
EKONOMI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PADA
PRODUK *FASHION***

(Studi Survey Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2022)

Anggi Setiawan

182165094@student.unsil.ac.id

Pendidikan Ekonomi, Universitas Siliwangi

Rendra Gumilar

rendragumilar@unsil.ac.id

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Siliwangi

Astri Srigustini

astrisrigustini@unsil.ac.id

Universitas Siliwangi

Jl. Siliwangi, No. 24 Kotak Pos 164 Tlp. (0265) 330634 Tasikmalaya 46115

Korespondensi penulis : 182165094@student.unsil.ac.id

Abstrak Masalah dalam penelitian ini mengenai perilaku konsumtif yang terjadi pada mahasiswa pendidikan ekonomi pada produk *fashion*. Berdasarkan pra penelitian yang dilakukan, uang saku yang mereka terima dari orangtua cenderung membeli produk *fashion* tanpa perencanaan sehingga mereka bertindak boros. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konformitas teman sebaya dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pada produk *fashion*. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode survei dengan desain eksplanatori. Populasi penelitian ini seluruh mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2022 yang berjumlah 134 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu sampel jenuh. Teknik pengumpulan menggunakan kuesioner tertutup dan teknik analisis data yaitu menggunakan uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi R^2 , uji t, dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Terdapat pengaruh konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan nilai signifikansi ($0,036 < 0,05$). 2) Terdapat pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan nilai signifikansi ($0,009 < 0,05$). 3) Terdapat konformitas teman sebaya dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$). Simpulan dari penelitian ini yaitu konformitas teman sebaya dan literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pada produk *fashion*.

Kata Kunci: Konformitas Teman Sebaya, Literasi Ekonomi, Perilaku Konsumtif

PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk sosial dan ekonomi tentunya tidak bisa lepas dari kegiatan konsumsi untuk memenuhi kebutuhannya baik itu barang maupun jasa untuk memberikan kepuasan baik jasmani maupun rohaninya. Kegiatan konsumsi sebenarnya tidak menjadi masalah apabila dilakukan dengan benar sesuai dengan kebutuhannya, akan tetapi kegiatan konsumsi akan menjadi masalah apabila membeli barang atau jasa bukan lagi berdasar pada apa yang dibutuhkan tetapi lebih mendahulukan keinginan dengan memfokuskan pada pembelian barang atau jasa yang bersifat sekunder dan tersier. Sehingga memicu terjadinya pembelian barang atau jasa secara berlebihan, sehingga akan mengarah pada perilaku konsumtif.

Mahasiswa dikategorikan sebagai remaja tingkat akhir dengan kisaran 18 sampai 22 tahun yang memiliki kemampuan berkonsumsi yang tinggi, yang mana usia remaja lebih cenderung untuk mengikuti perkembangan jaman atau *trend* dan sebagian besar mereka belum mempunyai penghasilan dan bergantung dari pemberian orang tua. Sebagai makhluk sosial tentunya

PENGARUH KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DAN LITERASI EKONOMI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PADA PRODUK FASHION (Studi Survey Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2022)

mahasiswa berinteraksi dengan bergaul dan membentuk kelompok-kelompok yang sesuai dengan jati dirinya, dan tentunya melalui proses pendekatan agar dapat diterima di kelompok acuannya dengan mengikuti gaya hidup dari kelompok atau lingkungan sekitar, salah satunya yaitu dengan mengikuti *trend fashion* saat ini. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Rizkia bahwa mahasiswa dalam membeli produk *fashion* bukan karena kegunaannya melainkan atas keinginannya untuk membeli barang tersebut perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa seringkali terjadi pada produk-produk yang dirasa cukup menarik pada kelompok konsumen ini, salah satunya yaitu produk *fashion* yang terdiri dari pakaian, celana, sepatu, sandal, jam tangan, kerudung, topi, dan tas yang berfungsi dalam meningkatkan penampilannya. Hal tersebut akan menjadi permasalahan jika dilakukan secara berlebihan sehingga mengarah pada perilaku konsumtif.

Berikut merupakan data hasil dari kuesioner pada mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi angkatan 2021 dan 2022, yang menjadi sampel pra penelitian. Berikut data hasil dari kuesioner mengenai anggaran yang disebar melalui *google form* pada bulan Februari 2024 dengan responden 42 mahasiswa :

Tabel 1.1
Rata-rata Uang Saku Perbulan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi

No.	Uang Saku Perbulan	Mahasiswa (%)
1.	Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000	33,3%
2.	Rp. 1.000.001 – Rp. 1.500.000	47,6%
3.	Rp. 1.500.001 – Rp. 2.000.000	11,9%
4.	>Rp.2.000.000	7,1%

Sumber : Kuesioner pra penelitian (2024)

Dari 42 mahasiswa yang menjadi sampel pra penelitian, dari data tersebut dapat diketahui bahwa uang saku mahasiswa perbulan yaitu Rp.500.000 – Rp. 1.000.000 sebanyak 33,3%. Rp. 1.000.001 – Rp. 1.500.000 sebanyak 47,6%. Rp. 1.500.001 – Rp. 2.000.000 sebanyak 11,9%. Dan >Rp.2.000.000 sebanyak 7,1%. Dari data tersebut diketahui bahwa kebanyakan mahasiswa memiliki uang saku perbulan dengan besaran sekitar Rp. 1.000.001 – Rp. 1.500.000 sebanyak 47,6% mahasiswa, dimana uang saku ini digunakan untuk bekal dan keperluan sehari-hari mahasiswa tersebut. Selain itu juga peneliti memberikan pertanyaan terbuka mengenai besaran uang yang dikeluarkan untuk membeli produk *fashion*, dimana kebanyakan mereka menghabiskan sekitar kurang lebih Rp.200.000 per bulan. Sebagian mahasiswa menyatakan bahwa uang saku yang mereka peroleh belum mampu mencukupi kebutuhannya sebagai mahasiswa.

Berikut merupakan hasil dari penyebaran kuesioner melalui *google form* pada 42 mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi angkatan 2021 dan 2022 :

Tabel 1.2
Hasil Kuesioner Pra Penelitian

No.	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	Apakah anda pernah membeli produk <i>fashion</i> tanpa direncanakan terlebih dahulu ?	76,2%	23,8%
2.	Apakah anda membeli lebih dari satu produk <i>fashion</i> setiap bulannya?	47,6%	52,4%
3.	Apakah teman-teman dalam suatu kelompok pertemanan anda menjadi referensi dalam pembelian suatu produk <i>fashion</i> ?	64,3%	35,7%
4.	Apakah anda tertarik membeli produk <i>fashion</i> pada saat diskon meskipun tidak terlalu membutuhkannya ?	54,8%	45,2%

PENGARUH KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DAN LITERASI EKONOMI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PADA PRODUK FASHION (Studi Survey Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2022)

5.	Apakah anda membeli produk <i>fashion</i> yang sama namun merek yang berbeda ?	69%	31%
6.	Apakah produk <i>fashion</i> yang dipakai oleh idola favorit anda membuat anda tertarik untuk membelinya ?	47,6%	52,4%
7.	Apakah anda membeli produk <i>fashion</i> karena kemasannya menarik dan juga lucu ?	69%	31%
8.	Apakah anda suka membeli produk <i>fashion</i> yang bermerek untuk menjaga penampilan anda ?	57,1%	42,9%
9.	Apakah ada dorongan dari teman dalam melakukan pembelian produk <i>fashion</i> ?	66,7%	33,3%
10.	Apakah anda merasa dengan membeli produk <i>fashion</i> yang bermerek demi menjaga gengsi di depan teman-teman	47,6%	52,4%

Sumber : Hasil kuesioner pra penelitian (2024)

Berdasarkan hasil pra penelitian yang dilakukan, telah dicantumkan hasilnya pada tabel diatas bahwa sebanyak 76,2% setuju bahwa mereka membeli produk *fashion* tanpa direncanakan terlebih dahulu. 64,3% setuju bahwa kelompok dalam pertemanannya menjadi referensi dalam pembelian produk *fashion*. 54,8% setuju bahwa mereka tertarik membeli produk pada saat diskon meskipun tidak terlalu membutuhkan, artinya sebagian besar mahasiswa melakukan pemborosan dengan membeli barang meskipun barang tersebut tidak dibutuhkan. 69% setuju bahwa mereka membeli produk *fashion* yang sama namun merek yang berbeda, artinya ada tanda-tanda perilaku konsumtif dimana sebagian besar mahasiswa melakukan pemborosan dengan membeli barang sejenis meskipun berbeda merek. 69% mereka membeli produk *fashion* karena kemasannya menarik dan juga lucu, artinya sebagian besar mahasiswa melakukan pembelian karena kemasannya menarik. 57,1% membeli produk *fashion* yang bermerek untuk menjaga penampilan. 66,7% melakukan pembelian produk *fashion* karena ada dorongan dari teman, sehingga dapat dikatakan adanya konformitas dari teman sebaya dalam melakukan pembelian produk *fashion*.

Berdasarkan hasil pra penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa rata-rata uang saku sebagian mahasiswa pendidikan ekonomi Jurusan Pendidikan Ekonomi angkatan 2021 dan 2021 terbilang cukup tinggi dikarenakan belum memiliki penghasilan. Kemudian berdasarkan hasil pra penelitian yang dilakukan sebagian besar menyatakan setuju, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi angkatan 2021 dan 2022 cenderung berperilaku konsumtif dalam pembelian produk *fashion*.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Konforitas Teman Sebaya dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa pada Produk Fashion (Studi Survey pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi Tahun 2022)”**.

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiono (2017:2) “Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Pada penelitian ini, pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Penelitian kuantitatif menurut

Syahrum dan Salim (2014:40) adalah “Penelitian empiris yang datanya berbentuk angka-angka”. Creswell, J. (2015:752) mengemukakan “Rancangan penelitian surei adalah prosedur dalam penelitian kuantitatif dimana peneliti mengadminstrasikan survei pada suatu sampel atap pada seluruh populasi orang untuk mendeskripsikan sikap, pendapat, perilaku, atau ciri khusus populasi”.

Metode dan pendekatan ini digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari Konformitas Teman Sebaya dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif.

**PENGARUH KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DAN LITERASI EKONOMI TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PADA PRODUK FASHION
(Studi Survey Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2022)**

Variabel Penelitian

Creswell, J. (2015:233) “Variabel adalah atribut atau ciri khusus individu atau organisasi yang dapat diukur atau diamati oleh peneliti dan bervariasi diantara individu atau organisasi yang diteliti”.

Variabel Dependen

Jhon Creswell (2015:239) bahwa “Variabel atau variabel independen adalah atribut atau ciri khusus yang berefek pada atau mempengaruhi hasil variabel dependen”. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel bebas adalah variabel yang dapat mempengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah yang menjadi variabel X yaitu :

- a. Konformitas Teman Sebaya
- b. Literasi Ekonomi

Variabel Independen

Creswell J. (2015:238) “Variabel terikat atau variabel dependen adalah suatu atribut atau ciri khusus yang dependen atau bergantung pada atau dipengaruhi oleh variabel independen”. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel terikat atau variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah yang menjadi variabel Y yaitu Perilaku Konsumtif Pada Produk *Fashion*.

Desain Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan desain penelitian eksplanatori. Menurut Creswell, J. (2015:669) bahwa “Rancangan penelitian eksplanatori adalah suatu rancangan korelasional terhadap sejauh mana dua variabel (atau lebih) itu berkorelasi, artinya perubahan yang terjadi pada salah satu variabel itu terefleksi dalam perubahan pada variabel lainnya”.

Populasi dan Sampel

Sugiyono (2017:80) mengemukakan “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Dalam penelitian ini, populasinya adalah seluruh mahasiswa aktif Jurusan Pendidikan Ekonomi angkatan 2022 yang berjumlah 135 mahasiswa.

Sampel

Arikunto (2013:174) “Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *sampel jenuh* yang mana seluruh populasi dijadikan sampel penelitian sehingga jumlah sampelnya berjumlah 135 mahasiswa.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam proses pengambilan data peneliti menggunakan kuesioner. Creswell, J. (2015:766) mengemukakan bahwa “Kuesioner adalah suatu formulir yang digunakan dalam rancangan survey yang diisi oleh partisipan dalam penelitian dan memberikan informasi atau demografis dasar”.

Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:102) “Instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati”. Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah instrument non tes berupa kuesioner atau angket.

Uji Coba Instrumen

- 1. Uji Validitas

Adapun metode yang akan digunakan dalam analisis ini yaitu menggunakan korelasi pearson *product moment*. Berikut rangkuman hasil uji validitas.

Tabel 3.6

Rangkuman Hasil Uji Coba Validitas Instrumen

Variabel	Jumlah Butir Soal Semula	No Soal Tidak Valid	Jumlah Butir Tidak Valid	Jumlah Butir Valid
----------	--------------------------	---------------------	--------------------------	--------------------

PENGARUH KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DAN LITERASI EKONOMI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PADA PRODUK FASHION (Studi Survey Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2022)

Konformitas Teman Sebaya (X ₁)	12	2, 3, 5, 10	4	8
Literasi Ekonomi (X ₂)	20	3, 7, 8, 9, 15, 18	6	14
Perilaku Konsumtif (Y)	23	19, 20, 23	3	20
Jumlah			13	42

(Sumber : Hasil Pengolahan Data Peneliti, 2024)

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas, dapat disimpulkan jumlah item valid pada variabel Konformitas teman sebaya (X₁) sebanyak 12 item pernyataan dengan item yang tidak valid sebanyak 4 yaitu nomor 2, 3, 5, 10. Kemudian jumlah item valid pada variabel Literasi Ekonomi (X₂) sebanyak 20 item dengan jumlah yang tidak valid berjumlah 6 item yaitu nomor 3, 7, 8, 9, 15, 18. Selanjutnya untuk variabel Perilaku konsumtif (Y) sebanyak 23 item dengan jumlah item yang tidak valid berjumlah 3 item yaitu nomor 19, 20, 23.

2. Uji Reliabilitas

Metode yang digunakan untuk mengukur skala rentang seperti skala likert yaitu Cronbach Alpha. Berikut ini rangkuman hasil uji reliabilitas instrumen pada saat melakukan uji coba instrumen yang dapat dilihat pada tabel 3.9 dibawah ini.

Tabel 3.8
Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Koefisien Cronbach Alpha	Tingkat Reliabilitas
Konformitas Teman Sebaya (X ₁)	0,728	Reliabel
Literasi Ekonomi (X ₂)	0,833	Sangat Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,875	Sangat Reliabel

(Sumber : Hasil Pengolahan Data Peneliti, 2022)

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas diperoleh nilai koefisien Cronbach Alpha pada variabel Konformitas Teman Sebaya (X₁) sebesar 0,728, pada variabel Literasi Ekonomi (X₂) sebesar 0,833, dan pada variabel Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 0,875.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan bantuan *software* SPSS (*Statistical Package Social Science*) versi 26.

Teknik Pengolahan Data

Adapun analisis data yang digunakan yaitu menggunakan Nilai Jenjang Interval (NJI) yang mana NJI ini digunakan untuk mengetahui klasifikasi dari setiap variabel yang terdapat pada penelitian.

$$NJII = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nil Terendah}}{\text{Jumla Kriteria Pernyataan}}$$

(Sudjana, 2005 : 79)

Uji Prasyarat Analisis

Uji Normalitas

Menurut Priyatno (2017 : 85) “Uji normalitas merupakan syarat pokok yang harus dipenuhi dalam analisis parametrik”. Uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*, dengan syarat signifikansi > 0,05. Suatu data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansinya > 0,05.

Uji Linearitas

Uji ini dilakukan sebagai prasyarat dalam analisis person atau regresi linear. Menurut Priyatno (2017 : 95) “Uji linearitas digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel apakah linear atau tidak”. Dua variabel dikatan mempunyai hubungan yang linear jika signifikansi (*Deviation for Linearity*) > 0,05.

PENGARUH KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DAN LITERASI EKONOMI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PADA PRODUK FASHION (Studi Survey Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2022)

Uji Multikolinearitas

Cara untuk mengetahui terjadi atau tidaknya multikolinearitas yaitu dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*, jika nilai VIF kurang dari 10 dan *Tolerance* > 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas (Gozali, 2001 dalam Priyatno, 2017).

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Priyatno (2017 : 126) “Uji heteroskedastisitas merupakan varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan didalam model regresi”. Regresi yang baik yaitu regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mengetahui terjadinya heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan metode Uji Gletser. Jika pada uji t nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual didapatkan > 0,05 maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Statistik

Uji Regresi Linear Berganda

Priyatno (2018:160) mengatakan “Analisis linear berganda adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara parsial atau simultan antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen”.

Uji Determinasi atau R Square

Priyatno (2018:160) mengatakan “R Square atau kuadrat dari R menunjukkan koefisien determinasi. Angka tersebut akan diubah menjadi bentuk persen, yang menunjukkan persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen”. Koefisien determinasi memberikan informasi seberapa baik model regresi yang dibuat. Dengan kriteria pengujian nilai koefisien determinasi antara 0 sampai 1. Apabila nilai menunjukkan mendekati 1 maka hubungan semakin erat, sedangkan nilai menunjukkan mendekati maka hubungan semakin lemah.

Uji Hipotesis Secara Parsial (t)

Uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian ini dilakukan dengan membandingkan thitung dengan ttabel dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05. Jika thitung > ttabel atau sig < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima (terdapat pengaruh yang signifikan). Jika thitung < ttabel atau sig > 0,05 maka H0 diterima dan Ha ditolak (tidak terdapat pengaruh yang signifikan).

Uji Hipotesis Secara Simultan (F)

Uji F atau disebut juga uji simultan adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan secara simultan antara konformitas dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Tingkat signifikan dalam penelitian ini ialah 0,05 dengan kriteria apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka Ho ditolak atau Ha diterima, sedangkan $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka Ho diterima atau Ha ditolak

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Perilaku Konsumtif

Tabel 4.2
Kriteria Nilai Jenjang Interval Perilaku Konsumtif

Skala	Kategori
13.400 – 11.256,1	Sangat tinggi
11.256,0 – 9.112,1	Tinggi
9.112,0 – 6.986,1	Sedang
6.986,0 – 4.824,1	Rendah
4.284,0 – 2.680	Sangat rendah

Sumber : Hasil Olah Data, 2024

Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui jumlah skor dari seluruh jawaban responden pada angket variabel perilaku konsumtif (Y) yaitu sebesar 11.159 yang termasuk ke dalam interval 11.256,0 – 9.112,1. Hal ini dapat dikatakan bahwa perilaku konsumtif yang dimiliki mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2022 termasuk pada kategori tinggi.

PENGARUH KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DAN LITERASI EKONOMI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PADA PRODUK FASHION (Studi Survey Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2022)

Konformitas Teman Sebaya

Tabel 4.3
Kriteria Nilai Jenjang Interval Konformitas Teman Sebaya

Skala	Kategori
5.360 – 4.502,41	Sangat baik
4.502,40 – 3.644,81	Baik
3.644,80 – 2.787,21	Cukup baik
2.787,20 – 1.929,61	Tidak baik
1.929,60 – 1.072	Sangat tidak baik

Sumber : Hasil Olah Data, 2024

Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui jumlah skor dari seluruh jawaban responden pada angket variabel perilaku konformitas teman sebaya (X1) yaitu sebesar 4.511 yang termasuk ke dalam interval 5.360 – 4.502,41. Hal ini dapat dikatakan bahwa konformitas teman sebaya yang dimiliki mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2022 termasuk pada kategori sangat baik.

Literasi Ekonomi

Tabel 4.4
Kriteria Nilai Jenjang Interval Literasi Ekonomi

Skala	Kategori
9.380 – 7.879,21	Sangat tinggi
7.879,20 – 6.378,41	Tinggi
6.378,40 – 4.877,61	Sedang
4.877,60 – 3.376,81	Rendah
3.376,80 – 1.876	Sangat rendah

Sumber : Hasil Olah Data, 2024

Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui jumlah skor dari seluruh jawaban responden pada angket variabel literasi ekonomi (X2) yaitu sebesar 7.835 yang termasuk ke dalam interval 7.879,20 – 6.378,41. Hal ini dapat dikatakan bahwa literasi ekonomi yang dimiliki mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2022 termasuk pada kategori tinggi.

Hasil Analisis Data

Uji Prasyarat Analisis

Uji Normalitas

Tabel 4.5
Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	134
Asymp (2-tailed)	0,200

Sumber: Data peneliti diolah, 2024

Berdasarkan perhitungan uji normalitas pada tabel hasil uji *Kolmogorov Smirnov* di atas, bahwa X1 dan X2 terhadap Y memperoleh nilai Asymp.Sig.(2- tailed) sebesar 0,200 yang artinya lebih besar dari taraf signifikansi 5% ($\alpha=0,05$) maka dapat ditarik kesimpulan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Linearitas

Tabel 4.6
Hasil Uji Linearitas

No	Variabel		Sig Linearity	Kesimpulan
	Independen	Dependen		
1	Konformitas Teman Sebaya	Perilaku Konsumtif	0,522	Linier
2	Literasi Ekonomi		0,231	Linier

PENGARUH KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DAN LITERASI EKONOMI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PADA PRODUK FASHION (Studi Survey Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2022)

Sumber: Data Penelitian Diolah, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan pengujian linearitas dari variabel yang saling berhubungan masing-masing adalah 0,522 dan 0,231 atau variabel konformitas teman sebaya dan literasi ekonomi > 0,05 Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel konformitas teman sebaya dan literasi ekonomi memiliki hubungan yang linier terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4.7
Ringkasan Hasil Uji Multikolinearitas

No	Variabel Independen	VIF	Tolerance
1	Konformitas Teman Sebaya	0,961	1,041
2	Literasi Ekonomi	0,961	1,041

Sumber: Data Penelitian Diolah, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan uji multikolinearitas di atas, semua variabel independen memiliki nilai signifikansi VIF < 10,00 dan nilai signifikansi tolerance > 0,10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas, yang menandakan antar variabel independen yang terdapat dalam model regresi tidak memiliki hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.8
Ringkasan Hasil uji Heteroskedastisitas

No	Variabel Independen	Variabel Dependen	Sig	Kesimpulan
1.	Konformitas Teman Sebaya	Perilaku konsumtif	0,084	Tidak terjadi heteroskedastisitas
2.	Literasi Ekonomi		0,655	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data Penelitian Diolah, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan uji heteroskedastisitas di atas, semua variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas yang menunjukkan bahwa variabel tersebut adalah variabel yang baik untuk dianalisis.

Uji Analisis Statistik

Uji Regresi Linieritas Berganda

Tabel 4.9
Rangkuman Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	Std. Error	Sig
Konstanta	43,533	4,892	0,000
Konformitas Teman Sebaya (X1)	0,212	0,100	0,036
Literasi Ekonomi (X2)	0,588	0,073	0,000

Sumber : Hasil Olah Data, 2024

Berdasarkan tabel 4.9 diatas menunjukkan bahwa nilai konstanta dari variabel penelitian ini sebesar 43,533, b₁ untuk konformitas teman sebaya sebesar 0,212, serta nilai b₂ literasi ekonomi sebesar 0,588.

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$\hat{Y} = 43,533 + 0,212X_1 + 0,588X_2$$

Dari persamaan rumus tersebut memperlihatkan adanya hubungan simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen, sehingga dari persamaan tersebut dapat disimpulkan berikut ini.

PENGARUH KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DAN LITERASI EKONOMI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PADA PRODUK FASHION (Studi Survey Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2022)

- a. Nilai konstanta yang diperoleh adalah sebesar 43,533, artinya jika terjadi perubahan pada variabel konformitas teman sebaya (X1) dan literasi ekonomi (X2) adalah Nol (0) maka perilaku konsumtif adalah sebesar 43,533 satuan.
- b. Nilai koefisien regresi konformitas teman sebaya (X1) sebesar 0,212. Memiliki makna bahwa setiap kenaikan satu item konformitas teman sebaya akan mengakibatkan kenaikan koefisien nilai perilaku konsumtif sebesar 0,212 satuan.
- c. Nilai koefisien regresi literasi ekonomi (X2) sebesar 0,558. Memiliki makna bahwa setiap kenaikan satu item literasi ekonomi akan mengakibatkan kenaikan koefisien nilai perilaku konsumtif sebesar 0,558 satuan.

Uji Determinasi atau R Square

Tabel 4.10
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

R	0,597
R Square	0,356
Adjust R Square	0,348

Sumber: Data Penelitian Diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengolahan di atas, nilai koefisien determinasi secara simultan diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,356. Artinya kemampuan variabel bebas yakni hasil konformitas teman sebaya dan literasi ekonomi dalam menjelaskan variabel terikat yakni perilaku konsumtif adalah sebesar 35,6% ($0,356 \times 100$) sisanya 64,4% ($100\% - 35,6\%$) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis Secara Parsial

Tabel 4.11
Hasil Uji Parsial

Variabel	Nilai t Hitung	Nilai t Tabel	Sig.	Kesimpulan
Konformitas Teman Sebaya (X ₁)	2,118	1,978	0,036	Ha diterima
Literasi Ekonomi (X ₂)	7,659	1,978	0,000	Ha diterima

Sumber : Hasil Olah Data, 2024

Berdasarkan hasil analisis uji parsial pada tabel 4.11 diatas, maka hasil analisisnya yaitu sebagai berikut.

- a. Hipotesis 1 diperoleh nilai t_{hitung} pada variabel konformitas teman sebaya sebesar 2,118 yang mana nilai tersebut lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,978 ($2,118 > 1,978$), dan nilai signifikansi dari variabel konformitas teman sebaya sebesar 0,036 yang mana angka tersebut lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05 ($0,036 < 0,05$). Dari data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
- b. Hipotesis 2 diperoleh nilai t_{hitung} pada variabel literasi ekonomi sebesar 7,659 yang mana nilai tersebut lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,978 ($7,659 > 1,978$), dan nilai signifikansi dari variabel literasi ekonomi sebesar 0,000 yang mana angka tersebut lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dari data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Uji Hipotesis Secara Simultan

Tabel 4.12
Hasil Uji Simultan

Model	Nilai F Hitung	Nilai F Tabel	Sig.	Kesimpulan
1	36,180	3,06	0,000	Ha diterima

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

PENGARUH KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DAN LITERASI EKONOMI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PADA PRODUK FASHION (Studi Survey Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2022)

Berdasarkan hasil analisis uji simultan pada tabel 4.12 diatas, maka diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 36,180 yang mana nilai tersebut lebih besar dari nilai F_{tabel} sebesar 3,06 ($36,180 > 3,10$), dan nilai signifikansinya sebesar 0,000 yang mana angka tersebut lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dari data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh konformitas teman sebaya dan literasi ekonomi secara simultan terhadap literasi ekonomi mahasiswa.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Siliwangi Angkatan 2021, 2022, dan 2023 yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikan dari lingkungan keluarga terhadap motivasi belajar mahasiswa. Hasil dari perhitungan dengan menggunakan Path Analysis (pengaruh langsung) diperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 yang dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak atau H_a diterima. Diperoleh nilai koefisien Beta sebesar 0,429 yang berarti terdapat hubungan positif antara lingkungan keluarga terhadap motivasi belajar. Semakin baik lingkungan keluarga maka semakin tinggi motivasi belajar mahasiswa dalam proses pembelajaran. Begitupula sebaliknya, semakin buruk lingkungan keluarga maka semakin rendah pula motivasi belajar mahasiswa dalam proses pembelajaran. Adapun presentase sumbangan pengaruh dari lingkungan keluarga terhadap motivasi belajar yaitu sebesar 42,9%.

Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Motivasi Belajar

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2022, diperoleh hasil perhitungan hipotesis secara parsial (uji t) pada variabel konformitas teman sebaya menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,118 $>$ dari pada t tabel sebesar 1.978 dan nilai signifikan sebesar 0,036 $<$ dari pada 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima yang berarti “terdapat pengaruh antara variabel konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2022.” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketika mahasiswa memiliki konformitas teman sebaya yang positif, maka bisa menekan perilaku konsumtif menjadi lebih baik dan lebih positif. Perilaku konsumtif yang positif yang mana pola perilaku konsumsi yang dilakukan dengan sadar, terencana, dan bertanggung jawab, sehingga memberikan manfaat bagi mahasiswa itu sendiri tanpa mengabaikan nilai-nilai efisiensi. Perilaku ini tidak hanya berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan, tetapi juga memperhatikan dampak ekonomi.

Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2022, diperoleh hasil perhitungan hipotesis secara parsial (uji t) pada variabel literasi ekonomi menunjukkan nilai t hitung sebesar 7,659 $>$ dari pada t tabel sebesar 1.978 dan nilai signifikan sebesar 0,000 $<$ dari pada 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima yang berarti “terdapat pengaruh antara variabel literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2022.” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketika mahasiswa memiliki pengetahuan terhadap literasi ekonomi yang baik maka bisa menekan perilaku konsumtif dengan cara membuat skala prioritas serta semakin rasional perilaku konsumtifnya.

Pengaruh Konformitas Teman Sebaya dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2022, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 36,180 yang mana nilai tersebut lebih besar dari nilai F_{tabel} sebesar 3,06 ($36,180 > 3,10$), dan nilai signifikansinya sebesar 0,000 yang mana angka tersebut lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dari data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh konformitas teman sebaya dan literasi ekonomi secara simultan terhadap literasi ekonomi mahasiswa.

**PENGARUH KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DAN LITERASI EKONOMI TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PADA PRODUK FASHION
(Studi Survey Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2022)**

Hasil lain dapat dijadikan acuan yang menunjukkan hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian ini adalah nilai koefisien determinasi yang menerangkan bahwa nilai R Square atau R^2 diperoleh nilai sebesar 0,356. Artinya kemampuan variabel bebas yakni hasil konformitas teman sebaya dan literasi ekonomi dalam menjelaskan variabel terikat yakni perilaku konsumtif adalah sebesar 35,6% ($0,356 \times 100$) sisanya 64,4% ($100\% - 35,6\%$) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh konformitas teman sebaya dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, maka diperoleh simpulan sebagai berikut.

1. Konformitas teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2022.
2. Literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2022.
3. Konformitas teman sebaya dan literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2022.

SARAN

Penelitian ini diharapkan menjadi tolok ukur bagi mahasiswa serta peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian mengenai variabel – variabel yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun saran pada penelitian ini diantaranya sebagai berikut.

1. Bagi Mahasiswa
Diharapkan mahasiswa dapat mengutamakan kebutuhan yang prioritas dan mengelola keuangan dengan bijak agar dapat menghindari perilaku konsumtif. Dalam bergaul dengan teman sebaya, mahasiswa juga diharapkan memiliki batasan-batasan dalam perilaku yang baik dan buruk, serta bijak dalam mengikuti tren perkembangan zaman melalui media sosial agar tidak terpengaruh secara negatif terhadap perilaku konsumtif.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi baru dan sumber acuan bagi penelitian mendatang, selain jurnal dan buku yang sudah ada. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan untuk meneliti variabel-variabel lain seperti gaya hidup dan pengelolaan uang saku yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif, di luar variabel yang telah diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Creswell, J. (2015). *Riset Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahrum & Salim. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.