

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Perilaku Konsumtif

2.1.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan tingkah laku seseorang dalam menggunakan barang dan jasa tanpa memperhatikan kebutuhan dan lebih mementingkan keinginan dan kepuasannya. Hal tersebut senada dengan yang dikemukakan oleh Tribuana (2020) bahwa:

Perilaku konsumtif merupakan perilaku yang lebih mementingkan untuk memenuhi hasrat keinginannya bukan semata-mata untuk memenuhi kebutuhan yang sangat dibutuhkannya. Seseorang yang cenderung konsumtif ketika membeli sesuatu bukan hanya untuk memenuhi kebutuhannya namun untuk mewujudkan keinginannya secara tidak terkendali atau tidak terencana.

Sependapat dengan penjelasan tersebut, Effendi (2016) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif sendiri merupakan sebagai suatu kecenderungan manusia yang melakukan konsumsi tiada batas, di mana manusia lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan. Individu yang berperilaku konsumtif- konsumen yang bersifat irrasional biasanya memiliki ciri-ciri antara lain: cepat tertarik dengan iklan dan promosi, mengoleksi produk bermerek atau branded yang sudah dikenal luas, memilih produk bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan gengsi atau prestise.

Sumartono (Haryani, 2015) juga memaparkan bahwa:

Perilaku konsumtif adalah suatu bentuk tindakan memakai produk yang tidak tuntas, artinya belum habis sebuah produk yang dipakai, seorang telah menggunakan produk jenis yang sama tetapi dari merek yang berbeda. Atau dapat diartikan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli produk karena banyak orang yang memakai barang tersebut. Intinya perilaku konsumtif merupakan suatu bentuk perilaku membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat diambil kesimpulan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan atau perilaku seseorang dalam menggunakan suatu barang ataupun jasa semata mata hanya untuk memenuhi hasrat keinginannya saja dan bukan berdasarkan untuk memenuhi kebutuhan pribadinya sehingga terjadi

suatu pemborosan akibat tidak bisa mengatur apa yang menjadi suatu kebutuhannya.

2.1.1.2 Indikator Perilaku Konsumtif

Indikator yaitu suatu alat untuk mengukur perubahan yang terjadi pada suatu kejadian atau kegiatan. Untuk dapat mengukur perilaku konsumtif maka diperlukan adanya indikator-indikator sebagai suatu acuan untuk menilai sejauh mana perilaku konsumtif seseorang. Adapun indikator Perilaku Konsumtif menurut Sumartono dalam Kanserina (2015:2-3) yaitu:

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah;
2. Membeli produk karena kemasannya yang menarik;
3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi;
4. Membeli produk atas pertimbangan harga bukan atas dasar manfaat dan kegunaanya;
5. Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status;
6. Membeli produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan;
7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi; dan
8. Mencoba lebih dari dua produk yang sejenis (beda merk).

Berdasarkan indikator tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif dapat diukur melalui indikator yaitu membeli produk karena iming-iming hadiah, karena kemasannya menarik, karena demi menjaga penampilan dan gengsi, karena berdasarkan pertimbangan harga bukan manfaat, karena untuk menjaga status dimasyarakat, karena unsur konformitas, karena percaya bahwa memakai barang dengan harga mahal untuk meningkatkan kepercayaan diri, serta membeli dua produk sejenis dengan merk yang berbeda.

2.1.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif dari seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, sejalan dengan pernyataan Amstrong & Kotler (2000) bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif antara lain:

1. Faktor Internal

a. Faktor Pribadi

Keputusan suatu pembelian dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Adapun karakteristik pribadi tersebut terdiri dari:

1. Usia dan tahap siklus hidup

Sepanjang hidup, orang membeli suatu barang dan jasa dengan suatu jenis dan produk yang berbeda karena disesuaikan dengan situasi keuangan dan minat akan suatu produk. Misalnya mengenai selera orang terhadap makanan, pakaian, dan lainnya sehingga dapat dibedakan berdasarkan siklus hidup dan tahapan usianya.

2. Pekerjaan

Pekerjaan seseorang dapat mempengaruhi pola konsumsinya, karena orang dengan pekerjaan berbeda akan mempunyai kebutuhan yang berbeda-beda.

3. Keadaan ekonomi

Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang. Orang yang memiliki keadaan ekonomi yang baik akan memiliki perilaku sesuai dengan keadaan ekonomi mereka, dan begitupun sebaliknya.

4. Gaya hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapat seseorang.

5. Kepribadian dan konsep diri

Yang dimaksud dengan kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dan setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten.

6. Kontrol diri

Menurut Nurjanah (2019) mendefinisikan kontrol diri adalah mengendalikan pikiran dan tindakan agar dapat menahan dorongan dari dalam maupun dari luar sehingga dapat bertindak dengan benar.

- b. Faktor psikologis

1. Motivasi

Motivasi merupakan dasar dorongan pembelian atau penggunaan terhadap suatu produk agar mencapai suatu tujuan yang diinginkan.

2. Presepsi

Presepsi berkaitan dengan motivasi, hal ini karena seseorang yang termotivasi beraksi akan dipengaruhi oleh presepsinya terhadap situasi tertentu.

3. Konsep diri

Setiap orang akan memiliki suatu konsep dirinya yang berbeda-beda, sehingga akan memicu adanya presepsi yang berbeda-beda terhadap suatu produk.

4. Kepribadian

Kepribadian dapat diartikan sebagai suatu bentuk dan sifat-sifat yang ada dalam diri individu dan pada dasarnya kepribadian mempengaruhi persepsi dan perilaku membeli.

5. Pengalaman belajar

Perilaku konsumen dapat dipelajari karena sangat dipengaruhi oleh pengalaman dan proses belajarnya.

6. Sikap dan keyakinan (agama)

Sikap sangat mempengaruhi keyakinan perilaku seseorang dalam melakukan kegiatan pembelian, begitu juga sebaliknya.

2. Faktor Eksternal

a. Faktor budaya

1. Peran budaya

Budaya menjadi penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat.

2. Sub budaya

Setiap suku atau sub budaya memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda, misalnya pembelian suatu produk, memilih tempat wisata, dan lainnya.

3. Kelas sosial pembeli

Pada dasarnya semua masyarakat memiliki strata sosial. Dalam strata tersebut biasanya terbentuk sistem kasta yang memiliki suatu keinginan dan kebutuhan yang berbeda.

b. Faktor sosial

1. Kelompok acuan

Setiap orang sangat dipengaruhi oleh kelompok acuan mereka dengan menghadapkan seseorang pada perilaku dan gaya baru.

2. Keluarga

Keluarga adalah organisasi konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan telah menjadi obyek penelitian yang ekstensif.

3. Peran dan status

Peran dapat berupa kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Setiap peran akan mempengaruhi beberapa perilaku pembelian.

2.1.2 Konsep Literasi Ekonomi

2.1.2.1 Pengertian Literasi Ekonomi

Literasi ekonomi berasal dari Bahasa Inggris, yaitu *economic literacy* yang dapat diartikan sebagai melek ekonomi. Menurut Pandey & Bhattacharya (2012) melek ekonomi adalah kemampuan menggunakan konsep ekonomi dalam membuat keputusan tentang penghasilan, tabungan, pengeluaran dan mengalokasikan uang. Sosialisasi literasi ekonomi pertama kali diperkenalkan oleh Dewan Nasional Pendidikan Ekonomi Amerika Serikat yaitu NCEE (*The National Council on Economic Education*). Menurut NCEE (2005), bahwa literasi ekonomi adalah suatu kondisi yang menggambarkan seseorang dapat memahami permasalahan dasar ekonomi secara baik, sehingga dapat melakukan kegiatan ekonomi dengan benar” (Daroin, 2010).

Pendapat ini diperjelas oleh pendapat dari *Organization for Economic Literacy (OEL)* yang menjelaskan bahwa melek ekonomi tidak hanya meliputi pemahaman konsep dasar ekonomi dan fakta ekonomi, dan juga kemampuan berpikir kritis yang mendukung cara berpikir ekonomi yang baik dan benar. Dengan kata lain, melek ekonomi melibatkan pengetahuan dan penerapan teori-teori ekonomi yang mendasar dalam mengambil suatu keputusan tentang sumber daya yang terbatas.

Dari pernyataan tersebut maka literasi ekonomi menjadi suatu kemampuan yang sangat diperlukan dalam kehidupan ekonomi agar individu mampu melakukan

pengambilan keputusan yang tepat mengenai pendapatan, pengeluaran, dan pengalokasian uang. Sebagaimana sesuai dengan pernyataan Sina (2012) yang menyatakan bahwa “literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk merubah perilaku tidak cerdas menjadi cerdas”. Perubahan perilaku tersebut dapat membawa manusia pada cara yang efektif dan efisien dalam mengelola keuangan. Menurut pendapat Haryono (2008) menyatakan bahwa literasi ekonomi adalah kemampuan untuk mengidentifikasi masalah-masalah ekonomi, penyusunan alternatif pemecahan dengan mempertimbangan *benefit* dan *cost*.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa literasi ekonomi adalah kemampuan suatu individu dalam memahami permasalahan ekonomi secara baik sehingga dapat melakukan tindakan ekonomi secara rasional.

2.1.2.2 Indikator Literasi Ekonomi

Indikator literasi ekonomi yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada teori literasi ekonomi menurut NCEE (*The National Council on Economic Education*) dalam Daroin (2010), bahwa literasi ekonomi adalah suatu kondisi yang menggambarkan seseorang dapat memahami permasalahan dasar ekonomi secara baik, sehingga dapat melakukan kegiatan ekonomi dengan benar.

Instrumen yang dikembangkan oleh NCEE, survei ini terdiri dari 20 pertanyaan yang menguji pengetahuan dasar tentang konsep-konsep ekonomi. Adapun indikator literasi ekonomi yaitu:

1. Ekonomi mikro
 - a. Masalah pokok ekonomi, yaitu mampu untuk menjelaskan peran wirausaha, mampu menjelaskan biaya dan benefit dari pengambilan keputusan, mampu menjelaskan peranan perilaku ekonomi, produsen, konsumen, dan pemerintah dalam perekonomian, serta mampu menjelaskan biaya dan benefit dari pengambilan keputusan.
 - b. Pasar dan harga, yaitu mampu menjelaskan peran pasar modal dalam perekonomian, mampu menganalisis dampak perubahan permintaan atau penawaran terhadap harga barang, serta mampu menganalisis pengembangan industry.
 - c. Penawaran dan permintaan, yaitu mampu menganalisis perubahan penawaran dan permintaan, mampu menganalisis biaya dan benefit dari transaksi ekonomi.
 - d. Peranan pemerintah, mampu menjelaskan peranan pemerintah dalam perekonomian, mampu menganalisis dampak kebijakan pemerintah dalam penetapan harga.

- e. Distribusi pendapatan, yaitu mampu menjelaskan pendapatan individu.
 - f. *Comparative advantage*, yaitu mampu menganalisis dampak kebijakan perdagangan internasional, mampu menjelaskan manfaat dari perdagangan internasional.
2. Ekonomi makro
- a. Pendapatan nasional, yaitu mampu menjelaskan pendapatan nasional.
 - b. Inflasi, yaitu mampu menganalisis dampak dari adanya inflasi.
 - c. Kebijakan moneter dan fiskal, yaitu mampu menganalisis pengaruh tingkat bunga terhadap kecenderungan menabung masyarakat, mampu menganalisis perubahan permintaan uang, mampu menjelaskan anggaran pendapatan dan belanja negara, mampu menjelaskan fungsi uang.

Dari indikator yang diungkap oleh NCEE, penulis mengambil empat indikator literasi ekonomi yaitu menganalisis tingkat harga terhadap kecenderungan menabung, mengalokasikan pendapatan individu, menganalisis *cost* dan *benefit* dari pengambilan keputusan, dan mengembangkan pengembangan industri. Penulis mengambil empat indikator ini dikarenakan lebih rinci dan memiliki cakupan yang lebih luas, kemudian dipandang lebih sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan.

2.1.3 Kontrol Diri

2.1.3.1 Pengertian Kontrol Diri

Kontrol diri merupakan salah satu potensi yang dapat dikembangkan oleh individu dalam menghadapi kondisi di lingkungan sekitar. Setiap orang memerlukan kontrol diri dalam menjalani kehidupannya agar dapat memperkirakan sikap dalam pengambilan keputusan yang akan dilakukan. Menurut Syamsul Pratiwi (dalam Udayanthi et al., 2018) menyebutkan bahwa “kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk mengendalikan dorongan-dorongan, baik dari dalam diri maupun luar diri individu. Kontrol diri merupakan suatu kecakapan individu dalam kepekaan membaca situasi diri dan lingkungannya” sedangkan menurut Ghufron dan Rini (2010)

kontrol diri diartikan sebagai kemampuan untuk Menyusun, membimbing, mengatur, dan mengarahkan bentuk perilaku yang membawa kearah konsekuensi positif. Kontrol diri dapat dijadikan pengendali tingkah laku sebelum memutuskan sesuatu untuk bertindak. Sehingga semakin tinggi kontrol diri, maka semakin intens pula pengendalian tingkah laku dalam berkonsumsi agar tidak konsumtif.

Kemudian Nurjanah (2019) juga mendefinisikan kontrol diri adalah mengendalikan pikiran dan tindakan agar dapat menahan dorongan dari dalam maupun dari luar sehingga dapat bertindak dengan benar.

Dari beberapa pengertian yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa kontrol diri adalah suatu aktivitas pengendalian tingkah laku baik pikiran maupun tindakan yang berkaitan dengan bagaimana individu mengendalikan emosi serta dorongan dalam melakukan pengambilan keputusan pada dirinya agar dapat membawa kearah positif.

2.1.3.2 Jenis-Jenis Kontrol Diri

Block dan block dalam Ghufon dan Risnawati (2012:31) menguraikan bahwa kendali diri atau kontrol diri dapat dibedakan menjadi tiga jenis, yaitu:

1. *Over control* merupakan kontrol diri yang dilakukan oleh individu secara berlebihan yang menyebabkan individu banyak menahan diri dalam bereaksi terhadap stimulus.
2. *Under control* merupakan suatu kecenderungan individu untuk melepaskan impulsivitas dengan bebas tanpa perhitungan yang masak.
3. *Appropriate control* merupakan kendali individu dalam upaya mengendalikan implus secara tepat.

2.1.3.3 Faktor-Faktor Kontrol Diri

Menurut Ghufon dan Risnawati (2012:32) faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol diri terdiri dari faktor internal yaitu dari dalam individu dan faktor eksternal yaitu lingkungan individu.

1. Faktor Internal
Faktor internal yang ikut berperan terhadap kontrol diri adalah usia, semakin bertambah usia seseorang maka semakin baik kemampuan mengontrol dirinya.
2. Faktor Eksternal
Faktor eksternal yang ikut berperan terhadap kontrol diri diantaranya adalah lingkungan keluarga, terutama orang tua menentukan bagaimana kemampuan mengontrol diri seseorang.

2.1.3.4 Aspek-Aspek Kontrol Diri

Dalam mengendalikan kontrol diri terdapat beberapa aspek-aspek. Adapun menurut Averil (dalam Ghufon dan Risnawati 2012:29) aspek tersebut antara lain:

1. Kontrol Perilaku (*Behavior Control*)
Kontrol perilaku merupakan kesiapan tersedianya suatu respons yang dapat secara langsung memengaruhi atau memodifikasi suatu

keadaan yang tidak menyenangkan. Dalam hal ini peran perilaku sangat penting sehingga apabila peran perilaku seseorang tidak terkontrol maka akan terjadi perilaku menyimpang, dan begitupun sebaliknya apabila peran perilaku terkontrol maka tidak terjadi perilaku menyimpang. Terdapat 2 komponen dalam kontrol perilaku yaitu mengatur pelaksanaan (*regulated administration*), dan kemampuan memodifikasi stimulus (*stimulus modifiability*). Kemampuan mengatur pelaksanaan merupakan kemampuan individu untuk menentukan siapa yang mengendalikan situasi atau keadaan. Sedangkan kemampuan mengatur stimulus merupakan kemampuan untuk mengetahui bagaimana dan kapan suatu stimulus yang tidak dikehendaki akan dihadapinya.

2. Kontrol Kognitif (*Cognitive Control*)

Kontrol kognitif merupakan kemampuan seseorang dalam mengolah suatu informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai, atau menghubungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis atau mengurangi tekanan. Terdapat dua aspek dalam kontrol kognitif, yaitu memperoleh informasi (*information gain*) dan melakukan penilaian (*appraisal*). Dengan informasi yang dimiliki individu maka dapat mengantisipasi keadaan tersebut dengan berbagai pertimbangan dan mempertimbangkan serta memerhatikan segi-segi positif secara subjektif.

3. Kontrol Keputusan (*Decesional Control*)

Mengontrol kepuasan merupakan kemampuan seseorang untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini atau disetujuinya. Kontrol diri dalam menentukan pilihan akan berfungsi, baik dengan adanya suatu kesempatan, kebebasan, atau kemungkinan pada diri individu untuk memilih berbagai kemungkinan tindakan.

2.1.3.5 Indikator Kontrol Diri

Menurut Syamsul dalam Pratiwi (2017), kontrol diri adalah kemampuan individu untuk mengendalikan dorongan-dorongan, baik dalam diri individu ataupun dari luar diri individu. Adapun indikator kontrol diri adalah:

1. Kemampuan mengontrol perilaku

Mengontrol perilaku merupakan pengendalian suatu respons baik dalam diri maupun luar individu mengenai sesuatu. Salah satu nya mengontrol perilaku agar lebih bijak dalam membeli suatu produk yang didasarkan pada kebutuhan bukan keinginan dan mempertimbangkan suatu kemanfaatan produk tersebut.

2. Kemampuan mengontrol stimulus

Mengontrol stimulus merupakan suatu kemampuan untuk mengetahui bagaimana dan kapan suatu stimulus yang tidak dikehendaki. Artinya individu harus mempunyai kemampuan untuk memilih stimulus yang mana yang harus diterima dan yang tidak diterima.

3. Kemampuan mengantisipasi suatu peristiwa atau kejadian
Kemampuan mengantisipasi suatu peristiwa dimaksudkan bahwa individu harus dapat mengartikan semua peristiwa yang terjadi dalam kehidupannya, sehingga individu dapat lebih mudah dalam mengatur perencanaan secara terperinci.
4. Kemampuan menafsirkan peristiwa atau kejadian
Kemampuan menafsirkan dengan cara memperhatikan segi-segi positif suatu peristiwa secara subjektif.
5. Kemampuan mengambil keputusan
Kemampuan seseorang memilih suatu keputusan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini dan disetujui oleh dirinya. Dalam pembelian konsumen dapat mengambil keputusan yang sesuai dengan kehendak dan keadaan mereka.

2.1.4 Teman Sebaya

2.1.4.1 Pengertian Teman Sebaya

Menurut Horton dan Hunt dalam Damsar (2011:74) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan kelompok teman sebaya (*peer group*) adalah suatu kelompok dari orang-orang yang seusia dan memiliki status sama, dengan siapa seseorang umumnya berhubungan atau bergaul. Sejalan dengan pendapat dari Pierre (Andin, 2016:43) yang menjelaskan bahwa teman sebaya adalah hubungan individu dengan individu lain dengan rata-rata usia yang hampir sama atau sepadan. Maka, interaksi teman sebaya dengan usia yang sama memainkan peran yang unik pada kehidupan remaja karena memiliki motivasi bergaul yang sama. Menurut Robert E. Slavin (2011) dalam berinteraksi mereka akan mempertimbangkan dan memilih bergabung dengan orang-orang yang mempunyai kesamaan dalam hal-hal tersebut.

Teman sebaya akan menemukan dirinya dan akan mengembangkan rasa sosialnya jika ada persamaan usia, status sosial, kebutuhan dan tujuan yang ingin dicapai (Santosa, 2009:77). Adapun menurut Hetherington dan Parke dalam psikologi perkembangan, (Yudrik Jahja, 2011:192) sejumlah penelitian telah merekomendasikan betapa hubungan sosial dengan teman sebaya memiliki arti yang sangat penting bagi perkembangan pribadi anak. Anak-anak menerima umpan balik tentang kemampuan mereka dari kelompok teman sebaya. Mereka menggunakan orang lain sebagai tolak ukur untuk membandingkan dirinya.

Dapat disimpulkan dari berbagai pendapat diatas bahwa teman sebaya adalah hubungan antara individu dengan individu lain yang terbentuk karena adanya kesamaan usia, status sosial, jenis kelamin, serta motivasi bergaul yang sama sehingga kelompok tersebut dapat memberikan peran yang penting dalam memberikan suatu perkembangan dalam kehidupan sosial pribadinya.

2.1.4.2 Indikator Teman Sebaya

Menurut Santosa dalam Hidayah dan Wibowo (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 (Akomodasi)
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.

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian mengenai pengaruh teman sebaya, literasi ekonomi, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif sudah pernah dilakukan dan mendapatkan hasil yang relevan, yang dapat dilihat pada tabel 2.1 berikut:

Tabel 2.1
Hasil penelitian yang relevan

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1	Dias Kanserina (Volume: 5 No. 1 tahun 2015)	Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015.	Hasil penelitian ini menunjukkan Literasi ekonomi dan gaya hidup berpengaruh signifikan bersama-sama (simultan) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Pendidikan ekonomi Undiksha 2015. Hasil perhitungan diketahui F_{hitung} sebesar 3,08 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
2	Indah Pratiwi (Volume 9 No.1 tahun 2017)	Pengaruh Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif untuk Produk <i>Fashion</i> di <i>Online Shop</i> pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha	Hasil penelitian ini menunjukkan (1) literasi ekonomi berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian impulsif produk fashion sebesar 11.442, (2) kelompok teman sebaya berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian impulsif produk fashion sebesar 2,707, (3) kontrol diri berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian impulsif produk fashion sebesar

			1,714, (4) literasi ekonomi, kelompok teman sebaya dan kontrol diri berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif produk fashion mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha sebesar 98,012.
3	Zulfi Rahmawati, Titi Nurfitri, dan Ekaningtyas Widiastuti (Volume 04 No.1 Tahun 2022, 16028)	Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif	Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data menunjukkan bahwa (1) Terdapat pengaruh negatif signifikan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif; (2) Terdapat pengaruh negatif signifikan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif; (3) Terdapat pengaruh positif signifikan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. Implikasi penelitian ini adalah perlunya meningkatkan literasi keuangan melalui pembelajaran yang lebih inovatif dan pengendalian diri untuk meminimalisir perilaku konsumtif.
4	Siti Nurjanah, Saparudin Mukhtar, Elsi	Pengaruh Literasi Ekonomi dan <i>Self Control</i> terhadap Perilaku Konsumtif	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara literasi ekonomi

	<p>Ulfatmi, dan Nining Triningsih (Volume 31 No.2 Tahun 2019)</p>	<p>Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta</p>	<p>terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yaitu sebesar -0,315. (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel self control terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yaitu sebesar 0,327. (3) Literasi Ekonomi (X1) dan Self Control (X2) memiliki sumbangsih langsung dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) yaitu sebesar 0,245 sedangkan sisanya 0,229 dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Dengan demikian, terdapat pengaruh positif dan simultan (serentak) antara literasi ekonomi dan self control terhadap perilaku konsumtif. Artinya semakin tinggi tingkat literasi ekonomi mahasiswa dan self control dapat mengurangi perilaku konsumtif.</p>
--	---	--	--

Persamaan	
Penelitian Sebelumnya	Penelitian yang akan dilaksanakan
<p>1. Empat penelitian yang relevan sebelumnya, didalamnya menggunakan variabel terikat (Y) Perilaku Konsumtif.</p>	<p>1. Penelitian yang akan dilaksanakan menggunakan variabel terikat (Y) Perilaku Konsumtif. 2. Metode penelitian yang akan dilaksanakan menggunakan</p>

2. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian sebelumnya yaitu penelitian dengan pendekatan kuantitatif jenis survei.	metode penelitian dengan pendekatan kuantitatif jenis survei.
Perbedaan	
Penelitian Sebelumnya	Penelitian yang akan dilaksanakan
1. Tidak menggunakan variabel intervening (Z) dalam penelitian. 2. Tempat populasi penelitian relevan sebelumnya berbeda tempat populasi penelitian yang akan dilaksanakan.	1. Menggunakan variabel intervening (Z) dalam penelitian yaitu Kontrol Diri. 2. Tempat populasi penelitian relevan sebelumnya berbeda dengan tempat populasi penelitian yang akan dilaksanakan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Menurut (Riduwan, 2013:25) anggapan dasar adalah dasar pemikiran penelitian yang disintesis dari fakta-fakta, observasi, dan telaah kepustakaan, oleh karena itu, anggapan dasar memuat teori, dalil, konsep-konsep yang akan dijadikan dasar penelitian. Uraian dalam anggapan dasar menjelaskan hubungan dan keterkaitan antar variabel penelitian. Variabel-variabel penelitian dijelaskan secara mendalam dan relevan dengan permasalahan yang diteliti, sehingga dapat dijelaskan dasar untuk menjawab permasalahan penelitian.

Perilaku konsumtif merupakan perilaku mengkonsumsi barang dan jasa yang mahal dengan intensitas yang terus meningkat demi mendapatkan sesuatu yang lebih baru, lebih bagus dan lebih banyak serta melebihi kebutuhan yang sebenarnya untuk menunjukkan status sosial, prestige, kekayaan dan keistimewaan, juga untuk mendapatkan kepuasan akan kepemilikan.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori yang diungkapkan oleh Ajzen (1991) yaitu *Theory of Planned Behavior*, dalam teori ini dijelaskan bahwa faktor yang mempengaruhi keinginan adalah sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol dari tingkah laku yang dipresepsikannya. Keinginan

berperilaku dapat menjadi perilaku yang sebenarnya apabila perilaku tersebut berada dalam kontrol individu yang bersangkutan. Sikap terhadap perilaku merujuk pada seseorang membuat pertimbangan dalam berperilaku baik positif maupun negatif. Kemudian norma subjektif merujuk pada tekanan sosial (orang tua, teman, aktivitas, minat, dan pendapat) yang dapat didasarkan untuk melakukan atau tidaknya suatu perilaku. Sedangkan kontrol perilaku sendiri merujuk pada bagaimana persepsi seseorang terkait kemampuan dalam melakukan perilaku tertentu (Santoso et al., 2021).

Pada penelitian ini, literasi ekonomi dapat dijelaskan menggunakan sikap terhadap perilaku dan kontrol perilaku dalam memprediksi perilaku konsumtif mahasiswa. Norma subjektif dapat menjelaskan pengaruh dari teman sebaya terhadap perilaku konsumtif, kemudian kontrol perilaku mampu menjelaskan kontrol diri sebagai pengaruh mediasi. Keinginan berperilaku dapat menjadi perilaku yang sebenarnya apabila perilaku tersebut berada dalam kontrol individu yang bersangkutan.

Timbulnya perilaku konsumtif pada masyarakat dipengaruhi oleh berbagai faktor baik secara internal maupun eksternal yang meliputi faktor sosial, faktor psikologis, dan faktor pribadi. Dalam penelitian ini faktor sosial yang digunakan yaitu teman sebaya, sedangkan faktor psikologis yaitu pengalaman belajar yang berhubungan dengan literasi ekonomi, dan faktor pribadinya yaitu kontrol diri.

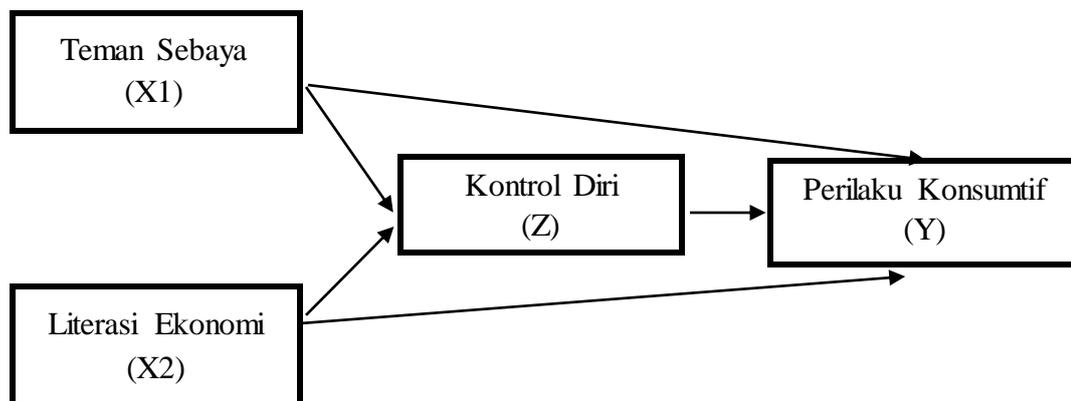
Beberapa studi memperlihatkan bahwa teman sebaya dapat mempengaruhi seseorang dalam berperilaku (pembelian). Menurut Kazt dan Kazarsfeld pengaruhnya terletak pada sikap dan perilaku pembelian terhadap suatu produk, karena teman dekatnya telah membeli produk tersebut terlebih dahulu. Teman sebaya merupakan kelompok anak-anak dengan tingkat kedewasaan yang sama dan menerapkan prinsip-prinsip hidup bersama serta saling memberikan pengaruh kepada anggota kelompok. Remaja sering dihadapkan pada penerimaan atau penolakan teman sebaya di dalam pergaulan. (Murisal, 2007:202) menyimpulkan bahwa untuk menghindari penolakan teman sebaya, maka remaja cenderung mengikuti hal-hal yang sama dengan kelompok sebaya agar diterima dengan baik

di dalam kelompok sebaya. Salah satunya adalah dengan mengikuti pola hidup konsumtif dari kelompok teman sebaya.

Timbulnya perilaku konsumtif juga berkaitan dengan peran Pendidikan atau pengalaman belajar. Hal ini berkaitan dengan pengetahuan akan literasi ekonomi yang sudah didapatkannya selama perkuliahan. Apalagi dalam hal ini responden merupakan mahasiswa Ekonomi Pembangunan yang sudah dibekali mata kuliah mengenai ilmu ekonomi yang diharapkan dapat mengimplimentasikannya dalam kehidupan sehari-hari. Tinggi rendahnya tingkat literasi ekonomi yang dimiliki mahasiswa akan mempengaruhi pada sejauh mana perilaku konsumtif seseorang.

Disaat seseorang mengikuti pola hidup konsumtif secara bebas tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan, maka mereka sulit untuk mengontrol dirinya. Penelitian yang dilakukan oleh (Shohibullana, 2014) dan (Chita et al., 2015) menunjukkan bahwa kontrol diri dapat mempengaruhi perilaku konsumtif individu, di mana individu yang tidak mampu mengontrol dirinya cenderung untuk berperilaku konsumtif. Kecenderungan seseorang yang lebih emosional saat melakukan konsumsi akan dapat berkurang jika mereka memiliki kontrol diri yang tinggi. Peningkatan terhadap kontrol diri maka akan disertai dengan penurunan perilaku konsumtif.

Dalam penelitian ini kontrol diri digunakan sebagai variabel intervening dimana variabel intervening ini terletak diantara variabel independen dan variabel dependen sehingga nantinya variabel independen tidak secara langsung mempengaruhi terhadap variabel dependen.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

Menurut Arikunto dan Suharsimi (2010:12) Hipotesis merupakan suatu pernyataan yang penting kedudukannya dalam penelitian untuk dapat merumuskan hipotesis yang jelas. Berdasarkan deskripsi kajian teori dan kerangka pemikiran diatas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hipotesis 1 : Terdapat pengaruh yang signifikan dari teman sebaya terhadap kontrol diri mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Siliwangi 2019
2. Hipotesis 2 : Terdapat pengaruh yang signifikan dari literasi ekonomi terhadap kontrol diri mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Siliwangi 20 19
3. Hipotesis 3 : Terdapat pengaruh yang signifikan dari teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Siliwangi 2019
4. Hipotesis 4 : Terdapat pengaruh yang signifikan dari literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Siliwangi 2019
5. Hipotesis 5 : Terdapat pengaruh yang signifikan dari kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Siliwangi 2019

6. Hipotesis 6 : Terdapat pengaruh yang signifikan dari teman sebaya melalui kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Siliwangi 2019
7. Hipotesis 7 : Terdapat pengaruh yang signifikan dari literasi ekonomi melalui kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Siliwangi 2019