

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Konsep Perilaku konsumtif

2.1.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan perilaku seseorang dalam mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan tanpa pertimbangan yang rasional. Hal tersebut sejalan dengan yang dikemukakan oleh Sumartono (2002) dalam Haryani & Herwanto (2015) perilaku konsumtif adalah suatu bentuk tindakan memakai produk yang tidak tuntas. Artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama tetapi dari merek yang berbeda. atau dapat diartikan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut.

Menurut Kotler (2005) dalam Haryani & Herwanto (2015) menyebutkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu :

1. faktor kebudayaan, terdiri dari: budaya, sub-budaya, dan kelas sosial
2. faktor sosial, terdiri dari: kelompok acuan, keluarga,serta peran dan status
3. faktor pribadi, terdiri dari: usia, tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, konsep diri dan kepribadian
4. faktor psikologis, terdiri dari: motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap.

Sementara Menurut Tambunan dan Tulus (2001:1) dalam Dikria (2016) Perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal. Perilaku konsumtif ini terkesan tidak memiliki manfaat yang baik bagi pelakunya, karena selain dapat menguras pendapatan tetapi juga dapat menimbulkan sifat boros.

Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan pembelian yang dilakukan tanpa perencanaan sebelumnya, yang didasari oleh desakan atau suasana hati yang muncul secara tiba-tiba dan tidak dapat dikendalikan dengan tujuan bukan untuk memenuhi kebutuhan yangs

ebenarnya dan pembelian tersebut dilakukan tanpa memperhatikan konskuensi dari tindakan tersebut.

2.1.1.2 Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono, (2002: 119) dalam (Dikria, 2016) indikator perilaku konsumtif yaitu :

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah. Individu membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.
2. Membeli produk karena kemasannya menarik. Konsumen sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus rapi dan menarik.
3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. Konsumen mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya konsumen mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya dengan tujuan agar konsumen selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian yang lain. Konsumen membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.
4. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya). Konsumen 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 mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain.
6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolaknya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya. Konsumen juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan publik figur produk tersebut.
7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Konsumen sangat terdorong untuk mencoba suatu produk 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 jenis sama dengan merek yang

lain dari produk sebelum ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

2.1.2 Konsep Gaya Hidup

2.1.2.1 Pengertian Gaya Hidup

Seiring berkembangnya zaman, gaya hidup manusia tentu sering berubah-ubah dibarengi dengan beberapa faktor yang mendorongnya. Pada penelitian ini, gaya hidup yang akan diteliti ialah dalam segi pengonsumsiannya hari-hari. Misalkan apakah individu memiliki gaya hidup yang hedonis dan mengutamakan gengsi, atau sebaliknya yaitu suka berhemat dan selalu mengutamakan kebutuhan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah gaya hidup. Menurut Sutisna (2007:145) dalam Ariyanto (2016) Gaya hidup didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (pendapat).

Selain itu, menurut Mowen dan Minor (2012) Gaya hidup di definisikan secara sederhana sebagai “ bagaimana seorang hidup” gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, dan bagaimana konsumen membelanjakan uangnya dan bagaimana konsumen mengalokasikan waktunya.

Dari berbagai definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan kebiasaan seseorang dalam menjalani hidupnya, menghabiskan waktu dan uang yang ditunjukkan melalui aktivitas, minat dan opininya.

2.1.2.2 Indikator Gaya Hidup

Gaya hidup sendiri merupakan bagian dari perilaku konsumtif. Secara tersurat, bias menggambarkan makna bahwa orang yang memiliki perilaku konsumtif yang tinggi, maka gaya hidupnya pun bias dikatakan mewah atau hedonis, dan sebaliknya. Untuk mengukur tingkat gaya hidup sendiri, Dewi et al., (2017) Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur gaya hidup adalah :

1. **Aktivitas (Kegiatan)**
Adalah mengungkapkan apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang.
2. **Minat**

Mengemukakan minat, kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut.

3. Opini

Opini adalah berkisar sekitar pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal orol ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan penimbangan konskuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif.

Peter & Olson (2000:142) mengemukakan bahwa gaya hidup diukur dengan bertanya pada konsumen tentang :

1. Kegiatan mereka (pekerjaan, hobi, liburan), minat (keluarga, pekerjaan, komunitas)
2. Opini (tentang isu sosial, isu politik, bisnis)

2.1.3 Konsep Kontrol Diri

2.1.3.1 Pengertian Kontrol Diri

Setiap orang dalam menjalani kehidupan memerlukan kontrol diri agar dapat melihat, memperkirakan serta mengarahkan sikap dalam pengambilan keputusan atau pun perbuatan yang akan dilakukan. Menurut Anshari dalam Liswantiani & Nugrahanta (2020: 16) Kontrol diri seringkali diartikan sebagai kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa kearah konskuensi positif. Kontrol diri adalah kemampuan untuk menekan atau mencegah tingkah laku yang menurut kata hati atau semaunya.

Menurut Colhoun dan Acocella dalam Marsela dan Supriatna (2019: 66), kontrol diri merupakan “pengaturan proses-proses fisik, psikologis, dan perilaku seseorang, dengan kata lain serangkaian proses yang membentuk dirinya sendiri.

Adapun menurut Marsela dan Supriatna (2019:67), menyimpulkan pengertian kontrol diri bahwa:

kontrol diri ialah kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur, dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa ke arah konsekuensi positif serta merupakan salah satu potensi yang dapat dikembangkan dan digunakan individu selama proses-proses dalam kehidupan , termasuk dalam menghadapi kondisi yang terdapat di lingkungan sekitarnya.

Sedangkan, menurut Borba dalam Liswantiani & Nugrahanta (2020: 16) Kontrol diri adalah kemampuan mengendalikan diri dari dorongan sehingga dapat melakukan sesuatu berdasarkan hati dan pikirannya. Jika anak mempunyai kontrol diri ia tahu dirinya punya pilihan dan dapat mengontrol tindakannya.

Pendapat lain dari Kumalasari dan Soesilo (2019) dalam (Dewi et al., 2017) kontrol diri adalah suatu potensi yang dimiliki oleh seorang individu menghadapi kondisi sekitarnya, serta sebagai pengendali dalam memutuskan suatu tindakan.

Menurut Gufron dan Risnawati (2012) dalam Haryani & Herwanto (2015) menambahkan kontrol diri berkaitan dengan bagaimana individu mengendalikan emosi serta dorongan-dorongan dari dalam dirinya, melakukan pertimbangan-pertimbangan terlebih dahulu sebelum memutuskan sesuatu untuk bertindak.

Adapun menurut Gufron dan Risnawati (2012) dalam Haryani & Herwanto (2015) Kontrol diri melibatkan tiga hal, yaitu :

1. Kontrol Perilaku, merupakan kesiapan seorang merespon suatu stimulus yang secara langsung memperoleh keadaan tidak menyenangkan dan langsung mengantisipasi.
2. Kontrol Kognitif yaitu kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan, dengan menilai atau menghubungkan suatu kejadian dengan mengurangi tekanan,
3. Kontrol Keputusan yaitu kemampuan individu untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada suatu yang diyakini.

Berdasarkan beberapa pengertian dapat disimpulkan bahwa kontrol diri adalah kemampuan individu dalam mengontrol tingkah laku, mengelola informasi yang tidak diinginkan dan memilih suatu keputusan berdasarkan apa yang individu tersebut yakini.

2.1.3.2 Indikator Kontrol Diri

Menurut Syamsul dalam Pratiwi (2017), Kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk mengendalikan dorongan-dorongan, baik dari dalam diri maupun luar diri individu. Indikator kontrol diri adalah sebagai berikut :

1. Kemampuan mengontrol perilaku
Mengontrol perilaku merupakan pengendalian suatu respons baik internal maupun eksternal seseorang mengenai sesuatu yang tidak menyenangkan. Mengontrol perilaku agar lebih bijak dalam membeli

- barang dan jasa dengan mempertimbangkan kemanfaat suatu produk dan tidak mudah terpengaruh oleh teman atau lingkungan lainnya
2. Kemampuan mengontrol stimulus
Mengontrol stimulus dimaksud untuk mengetahui bagaimana dan kapan stimulus atau respon akan dihadapi. Dapat mengendalikan anggaran sesuai dengan perencanaan sebelumnya.
 3. Kemampuan mengantisipasi suatu peristiwa atau kejadian
Kemampuan untuk mengantisipasi keadaan melalui berbagai pertimbangan secara relatif dan objektif terhadap suatu peristiwa. Dalam penggunaan anggaran dilakukan perencanaan secara terperinci sehingga mempunyai alternatif-alternatif lain apabila keadaan tidak sesuai yang diharapkan.
 4. Kemampuan menafsirkan peristiwa atau kejadian
Kemampuan menafsirkan dengan cara memperhatikan segi-segi positif suatu peristiwa secara subyektif.
 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 Konsep Pergaulan Teman Sebaya

2.1.4.1 Pengertian Pergaulan Teman Sebaya

Teman sebaya merupakan hubungan persahabatan antar anak atau remaja di sekolah. Pada umumnya terjadi atas dasar ketertarikan dan aktivitas bersama yang bersifat timbal balik dan memiliki sifat-sifat antara lain adanya saling pengertian, saling membantu, saling percaya, saling menghargai serta saling menerima.

Slameto (2020:71) berpendapat bahwa:

pengaruh-pengaruh dari teman bergaul peserta didik lebih cepat masuk dalam jiwanya dari pada yang kita duga. Teman bergaul yang baik akan berpengaruh baik terhadap diri peserta didik, begitupun sebaliknya, teman bergaul yang buruk pasti mempengaruhi yang bersifat buruk juga.

Lingkungan teman sebaya yang baik ditandai dengan membawa perubahan yang baik di dalam diri peserta didik dengan adanya perubahan yang lebih baik dan positif seperti motivasi untuk belajar dan menambah wawasan yang luas. Sedangkan lingkungan teman sebaya yang kurang baik ditandai dengan perubahan yang kurang baik atau negatif seperti hanya ikut-ikutan trend, atau lingkungan

teman sebaya yang buruk suka mencuri, balap motor liar dan lain sebagainya, yang mengakibatkan pengaruh yang negatif.

Sedangkan menurut Novandi dan Djazari dalam Yudha, (2018: 6), mengungkapkan bahwa “teman sebaya adalah suatu lingkungan yang terdiri dari sekelompok orang yang mempunyai kesamaan sosial, seperti kesamaan tingkat dengan berbagai karakter individu yang mampu mempengaruhi perilaku individu.” Karakter individu berbeda-beda namun dengan adanya interaksi dengan teman sebaya menjadikan banyak remaja lebih senang berinteraksi bersama teman sebaya dibandingkan dengan keluarga dikarenakan bahasa yang digunakan dengan teman sebaya lebih mudah dipahami dan merasa kesamaan karakter.

Menurut Mappiare (1982) pergaulan teman sebaya merupakan:

Lingkungan keluarganya, maka remaja cenderung mengikuti hal-hal yang sama dengan kelompok sebaya agar diterima dengan baik di dalam kelompok sebaya untuk menghindari penolakan teman sebaya.

Berdasarkan beberapa definisi tentang kelompok teman sebaya yang dikemukakan oleh para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa bahwa pergaulan teman sebaya adalah hubungan yang terjadi antara individu-individu yang memiliki kesamaan usia, mempunyai ikatan emosional yang kuat dan mereka dapat berinteraksi, bertukar pikiran dan pengalaman dalam memberikan perubahan untuk pengembangan di kehidupan sosial dan pribadinya.

2.1.4.2 Indikator Pergaulan Teman Sebaya

Menurut Semiawan dalam Dasmeri (2017:4) Adapun indikator dari pergaulan teman sebaya yaitu :

1. Kesamaan
Kesamaan disini dapat diartikan dengan kesamaan bertukar pikiran, selera, dan kepribadian.
2. Situasi
Teman sebaya biasanya dekat karena memang berada di situasi yang sama. Misal karena situasinya sekelas
3. Keakraban
Tingkat keakraban antara satu individu dan yang lainnya merupakan ciri bahwa individu memiliki keterikatan antar satu sama lain atau tidak.
4. Perkembangan kognisi
Orang yang memiliki perkembangan yang sama, umur yang sama biasanya menjadi teman yang dekat.

Sedangkan menurut Santosa (2006:23) dalam Hidayah & Bowo (2018) indikator lingkungan teman sebaya antara lain :

1. Kerjasama
Kerja sama sangat diperlukan, karena dengan adanya kerjasama, siswa akan lebih mudah melaksanakan kegiatan yang sedang dilakukan. Adanya diskusi antar individu yang akan memunculkan berbagai ide atau jalan keluar dalam pemecahan masalah dan membuat kekompakan antar siswa.
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.
3. Pertentangan
Suatu bentuk interaksi sosial antar individu atau antar kelompok dalam memenuhi kebutuhan dan mencapai tujuan yang diharapkan seorang diwarnai dengan pertentangan dalam prosesnya. Pertentangan yang ada di lingkungan teman sebaya kerap terjadi karena adanya suatu perbedaan. Untuk menghindari adanya pertentangan maka perlu toleransi antar individu atau antar kelompok.
4. Penerimaan
Penerimaan atau akulturasi 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 menyebabkan hilangnya unsur kebudayaan kelompok itu sendiri.
5. Pensesuaian
Pensesuaian atau akomodasi merupakan penyesuaian tingkah laku manusia yang diikuti dengan usaha-usaha untuk mencapai kestabilan. Penyesuaian yang dimaksud disini adalah siswa dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan teman sebayanya.
6. Perpaduan
Perpaduan atau asimilasi merupakan pembaharuan dua kebudayaan yang disertai dengan hilangnya ciri khas kebudayaan asli sehingga membentuk kebudayaan baru. Perpaduan yang dimaksud disini setiap siswa memiliki kepribadian yang beragam dapat bergabung menjadi satu tanpa membedakan atau merendahkan antara satu dengan lainnya sehingga mencapai tujuan yang sama.

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Terdapat beberapa penelitian yang membahas tentang kontrol diri, pergaulan teman sebaya, gaya hidup, dan perilaku konsumtif. Berikut merupakan hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini :

Tabel 2.1
Penelitian yang Relevan

No	Sumber	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Dias Kanserina (Volume:5 No. 1 tahun 2015)	Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015.	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 85,456 dan F_{tabel} sebesar 3,08 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$	Sama-sama membahas gaya hidup dan perilaku konsumtif.	Dalam penelitian Kanserina objek penelitian menggunakan variabel literasi ekonomi sedangkan dalam penelitian ini menggunakan variabel kontrol diri dan pergaulan teman sebaya Pada penelitian Kanserina gaya hidup merupakan variabel X sedangkan dalam penelitian ini gaya hidup sebagai variabel intervening
2.	Ayu dwi Melinda, 2019, Universitas Negeri Semarang	Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif melalui Gaya Hidup	(1) Penggunaan media sosial, pergaulan teman sebaya, dan gaya hidup konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku	Sama-sama membahas variabel pergaulan teman sebaya, perilaku konsumtif dan gaya hidup sebagai variabel	Pada penelitian Ayu Dwi Melinda menggunakan variabel penggunaan media sosial sebagai variabel X, sedangkan penelitian ini menggunakan

		Konsumtif	konsumtif Gaya hidup konsumtif mampu memediasi pengaruh penggunaan media sosial dan pergaulan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif	intervening	variabel kontrol diri.
--	--	-----------	---	-------------	---------------------------

2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dapat juga disebut dengan kerangka konseptual. Kerangka konseptual dimaksudkan untuk menggambarkan hubungan antar variabel yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah melalui analisis penelitian (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016: 21).

Perilaku konsumtif adalah perilaku berlebihan dalam mengkonsumsi suatu produk yang didasarkan atas pemuas keinginan dan bukan atas dasar pemenuhan kebutuhan, pengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan tanpa pertimbangan rasional. Kotler dan Keller (2008:166) menyebutkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya (kebangsaan, agama, ras, wilayah geografis dan kelas sosial), faktor sosial (kelompok referensi, keluarga, peran dan status), faktor pribadi (usia dan siklus hidup, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, gaya hidup dan nilai) dan faktor psikologis (motivasi, persepsi, atensi, pembelajaran dan memori).

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kontrol diri dan pergaulan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup sebagai variabel intervening. Dalam konteks ini, teori yang mendasari penelitian adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB) oleh Ajzen dalam Sartika (2020:52), yang menjelaskan bahwa niat individu untuk berperilaku dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Kontrol diri berfungsi sebagai faktor yang memengaruhi sikap individu terhadap perilaku konsumtif, sedangkan pergaulan teman sebaya berperan dalam membentuk norma subjektif.

Kontrol diri mencerminkan kemampuan individu untuk mengatur impuls dan memilih perilaku yang lebih rasional, yang sangat penting dalam konteks konsumsi. Individu dengan kontrol diri yang tinggi cenderung membuat keputusan yang lebih baik terkait pengeluaran dan menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan. Di sisi lain, pergaulan teman sebaya dapat mempengaruhi individu untuk menyesuaikan perilaku mereka agar sesuai dengan norma kelompok, yang bisa memperkuat atau melemahkan perilaku konsumtif.

Gaya hidup, sebagai variabel intervening, menjadi jembatan antara kontrol diri, pergaulan teman sebaya, dan perilaku konsumtif. Gaya hidup yang terbentuk dari interaksi antara kedua variabel tersebut akan mempengaruhi bagaimana individu berperilaku dalam konteks konsumsi. Misalnya, individu dengan gaya hidup yang mewah mungkin lebih rentan terhadap perilaku konsumtif, meskipun mereka memiliki kontrol diri yang tinggi. Sebaliknya, individu dengan gaya hidup sederhana cenderung menghindari perilaku konsumtif, meskipun dikelilingi oleh teman-teman yang memiliki perilaku konsumtif.

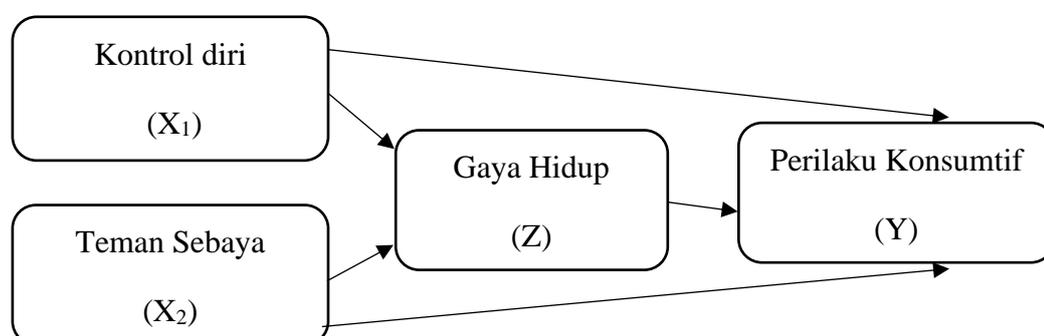
Dalam kerangka ini, penerapan TPB menjelaskan pentingnya gaya hidup sebagai mediator. Gaya hidup tidak hanya mencerminkan pilihan individu, tetapi juga dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan faktor internal, yang menunjukkan kompleksitas interaksi antar variabel. Dengan demikian, gaya hidup menjadi variabel yang krusial dalam memahami pengaruh kontrol diri dan pergaulan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif.

Selain itu, untuk memperkuat kerangka konseptual ini, teori Postmodernisme Jean Baudrillard dalam Saumantri (2023:123) menawarkan perspektif yang relevan. Postmodernisme menekankan bahwa identitas dan pilihan individu sangat dipengaruhi oleh konteks sosial dan budaya. Dalam hal ini, perilaku konsumtif dapat dilihat sebagai bentuk ekspresi identitas individu dalam konteks masyarakat yang semakin berorientasi pada konsumerisme. Gaya hidup yang dibentuk oleh kontrol diri dan pergaulan teman sebaya mencerminkan bagaimana individu berusaha menegosiasikan identitas mereka dalam dunia yang penuh dengan pilihan dan pengaruh sosial.

Melalui pendekatan postmodernisme, penelitian ini dapat menggali lebih dalam bagaimana gaya hidup tidak hanya sebagai hasil dari faktor individu, tetapi juga sebagai produk dari interaksi sosial yang kompleks. Dengan demikian, gaya hidup berfungsi sebagai indikator penting dalam memahami perilaku konsumtif, yang pada gilirannya dapat memberikan wawasan bagi pembuat kebijakan dan praktisi untuk merancang intervensi yang lebih efektif dalam mengatasi masalah konsumsi yang berlebihan di kalangan masyarakat.

Dengan kerangka konseptual ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam memahami hubungan antara kontrol diri, pergaulan teman sebaya, gaya hidup, dan perilaku konsumtif, serta menawarkan pendekatan yang komprehensif dan integratif terhadap isu-isu yang dihadapi dalam masyarakat kontemporer.

Adapun dari pengkonsepan teori dan variabel yang sudah dijelaskan, dirancanglah bagan kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian. Hipotesis menurut Sugiyono (2017:64), adalah “jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan”.

Berdasarkan kajian teori dan kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Hipotesis 1

H₀ : Tidak terdapat pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI MAN 2 Tasikmalaya

H_a : Terdapat pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI MAN 2 Tasikmalaya

2. Hipotesis 2

H₀ : Tidak terdapat pengaruh pergaulan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI MAN 2 Tasikmalaya

H_a : Terdapat pengaruh pergaulan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI MAN 2 Tasikmalaya

3. Hipotesis 3

H₀ : Tidak terdapat pengaruh kontrol diri terhadap gaya hidup siswa kelas XI MAN 2 Tasikmalaya

H_a : Terdapat pengaruh kontrol diri terhadap gaya hidup siswa kelas XI MAN 2 Tasikmalaya

4. Hipotesis 4

H₀ : Tidak terdapat pengaruh pergaulan teman sebaya terhadap gaya hidup siswa kelas XI MAN 2 Tasikmalaya

H_a : Terdapat pengaruh pergaulan teman sebaya terhadap gaya hidup siswa kelas XI MAN 2 Tasikmalaya

5. Hipotesis 5

H₀ : Tidak terdapat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI MAN 2 Tasikmalaya

H_a : Terdapat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI MAN 2 Tasikmalaya

6. Hipotesis 6

H₀ : Tidak terdapat pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup siswa kelas XI MAN 2 Tasikmalaya

H_a : Terdapat pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup siswa kelas XI MAN 2 Tasikmalaya

7. Hipotesis 7

H₀ : Tidak terdapat pengaruh pergaulan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup siswa kelas XI MAN 2 Tasikmalaya

H_a : Terdapat pengaruh pergaulan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup siswa kelas XI MAN 2 Tasikmalaya

8. Hipotesis 8

H₀ : Tidak terdapat pengaruh kontrol diri, pergaulan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup kelas XI MAN 2 Tasikmalaya

H_a : Terdapat pengaruh kontrol diri, pergaulan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup kelas XI MAN 2 Tasikmalaya