

## **BAB II**

### **TINJAUAN TEORITIS**

#### **2.1 Konsep Perilaku Konsumtif**

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

Ilmu ekonomi merupakan ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam menentukan pilihan dalam menggunakan sumber daya yang semakin langka dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan kualitas hidupnya. Salah satu kegiatan yang dilakukan manusia dalam rangka mempertahankan hidupnya yaitu kegiatan konsumsi. Kegiatan konsumsi merupakan kegiatan menghabiskan nilai guna barang jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya. Baik kebutuhan dari yang paling rendah hingga yang paling tinggi yaitu kebutuhan akan aktualisasi diri.

Manusia selalu ingin menjadikannya dirinya menjadi yang terbaik. Sehingga seringkali mereka melakukan kegiatan konsumsi hanya untuk memenuhi gaya hidup dan ajang pamer saja. Mereka melakukan kegiatan pembelian terhadap sebuah barang tanpa memperhatikan kegunaannya hanya demi memuaskan hasrat ataupun kesenangan mereka. Sehingga akhirnya menimbulkan perilaku yang konsumtif.

Menurut Kamus besar bahasa Indonesia (2016), konsumtif berarti bersifat konsumsi (hanya memakai, tidak menghasilkan sendiri). Sumartono dalam Oktafikasari & Mahmud (2017:685) menyatakan “perilaku konsumtif adalah suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas, membeli barang karena hadiah, membeli produk karena banyak orang yang memakai produk tersebut”. Sejalan dengan kedua pengertian diatas, Wahyudi dalam Kanserina (2015:2) mengemukakan bahwa “perilaku konsumtif merupakan perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan matrealistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah dan berlebihan dan penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata”.

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan biasanya hanya didasarkan pada hasrat kesenangan

semata untuk memiliki barang tersebut tanpa memperlihatkan kegunaan akan barang tersebut.

### **2.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif**

Timbulnya perilaku konsumtif dikalangan mahasiswa tidak terjadi begitu saja, tentu saja hal tersebut terjadi karena ada faktor-faktor yang melatarbelakanginya. Menurut Mangkunegara dalam Hidayah dan Prasetya (2018:1031), faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif diantaranya:

1. Kekuatan Sosial Budaya, yang dapat meliputi:
  - a. Budaya, merupakan hasil kreativitas manusia yang diwariskan turun temurun dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan perilaku manusia dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat.
  - b. Kebudayaan merupakan hal yang kompleks yang dapat meliputi baik itu ilmu pengetahuan, seni, kepercayaan, moral, adat istiadat, kebiasaan maupun norma-norma yang memang berlaku di masyarakat.
  - c. Kelas sosial yang merupakan suatu kelompok yang terdiri dari sejumlah orang yang memiliki kedudukan yang seimbang di masyarakat.
  - d. Kelompok acuan merupakan suatu kelompok orang yang dapat mempengaruhi sikap, pendapat, norma dan perilaku konsumen. Kelompok acuan ini dapat merupakan kumpulan keluarga, kelompok, organisasi, lingkungan teman sebaya, dan sebagainya.
  - e. Keluarga merupakan suatu unit masyarakat terkecil yang sangat mempengaruhi dan menentukan keputusan pembelian konsumen.
2. Faktor Psikologis, meliputi:
  - a. Pengalaman belajar, dimana belajar ini dapat didefinisikan sebagai suatu perubahan perilaku yang dapat berupa pengetahuan, sikap, dan keterampilan.
  - b. Kepribadian merupakan sebagai suatu bentuk dari sifat-sifat yang ada pada diri individu yang sangat menentukan perilakunya.
  - c. Sikap dan keyakinan, sikap merupakan suatu penilaian kognitif seseorang terhadap suka atau tidak suka, perasaan emosional yang tindakannya cenderung ke arah objek atau ide.
  - d. Konsep diri merupakan cara kita melihat diri sendiri dan dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang apa yang kita pikirkan.

Sedangkan menurut Engel dalam Chrisnawati & Abdullah (2017:5-7) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif terdiri dari faktor secara internal dan faktor secara eksternal.

1. Faktor internal terdiri atas:
  - a. Motivasi. Motivasi merupakan suatu konsep yang dipakai untuk menerangkan kekuatan-kekuatan yang ada pada organisme untuk memunculkan dan mengarahkan tingkah lakunya.
  - b. Proses Belajar dan Pengalaman. Dalam proses pembelian yang dilakukan oleh konsumen terdapat proses pengamatan belajar. Konsumen mengamati dan mempelajari stimulus yang berupa informasi-informasi yang diperolehnya. Hasil dari pengamatan dan proses belajar tersebut dipakai konsumen sebagai referensi untuk membuat keputusan dalam pembelian.
  - c. Kepribadian dan Konsep Diri. Kepribadian merupakan pola perilaku yang konstan dan menetap pada individu.
  - d. Keadaan Ekonomi. Keadaan ekonomi seseorang tentu saja sangat mempengaruhi dalam keputusan melakukan kegiatan konsumsi. Orang dengan keadaan ekonomi rendah akan cenderung lebih bijak dalam melakukan kegiatan konsumsi.
  - e. Gaya hidup. Gaya hidup merefleksikan bagaimana seseorang menghabiskan waktu yang berharga dan uang yang dimiliki dalam kehidupannya.
  - f. Sikap. Sikap merupakan pengaruh bagi individu-individu dalam kegiatan sosial, dimana sikap ini terdiri dari tiga komponen penting yaitu kognitif, afektif, dan psikomotor.
2. Faktor Eksternal, yang meliputi:
  - a. Faktor kebudayaan. Kebudayaan merupakan faktor penentu paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang dimana kebudayaan ini merupakan tradisi turun temurun dari satu generasi ke generasi berikutnya, dimana kebudayaan ini berlangsung secara berkelompok.
  - b. Faktor kelas sosial. Kelas-kelas sosial adalah kelompok yang relative homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan yang keanggotaannya mempunyai nilai, minat, dan perilaku yang serupa.
  - c. Faktor keluarga. Keluarga merupakan unit sosial terkecil yang sangat berperan penting dalam pembentukan kepribadian konsumen. Keluarga merupakan lembaga pertama yang akan memberikan contoh yang sangat fundamental yang mempengaruhi konsumen.
  - d. Kelompok acuan. Kelompok acuan merupakan kelompok yang akan mempengaruhi konsumen baik itu sikap, pendapat, norma, maupun perilaku sosial.

Berdasarkan pendapat diatas bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen tersebut dapat berupa faktor internal yang berasal dari diri konsumen maupun faktor secara eksternal yang berasal dari luar diri konsumen. Faktor internal dan faktor eksternal tersebut dapat meliputi faktor sosial budaya yang meliputi kebudayaan, subbudaya, dan kelas sosial, kelompok acuan, dan

keluarga. Kemudian psikologi meliputi pengalaman belajar, kepribadian, sikap dan keyakinan serta konsep diri.

### 2.1.1 Indikator Perilaku Kosumtif

Perilaku konsumtif tidak bisa begitu saja dapat diidentifikasi. Ada hal-hal yang menjadi pengukur seseorang dapat diindikasikan memiliki perilaku konsumtif. Hal-hal yang dapat mengindikasikan seseorang konsumen memiliki 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 penamipilan 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).

Kemudian Sumartono dalam Ermawati & E.P (2011:04) melanjutkan bahwa Perilaku konsumtif yang dilakukan seseorang tidak saja dapat terjadi begitu saja, tentu saja hal tersebut terjadi karena dorongan beberapa aspek. Aspek-aspek tersebut yaitu:

1. Pembelian Secara Impulsive (*Impulsive Buying*)  
Hal tersebut menunjukkan bahwa ketika seseorang berperilaku konsumtif hanya didasar semata-mata oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat, dilakukan tanpa perlu pertimbangan dan perencanaan dan biasanya dilakukan ditempat pembelian.
2. Pembelian Tidak Rasional  
Pembelian sejenis ini didasari sifat emosional, yaitu dorongan untuk mengikuti orang lain atau ingin tampil berbeda dari orang lain tanpa pertimbangan dan adanya perasaan bangga.
3. Pemborosan (*Wasteful Buying*)  
Merupakan jenis pembelian yang mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan tanpa pertimbangan kegunaanya. Hal ini yang menyebabkan mahasiswa mengeluarkan uang untuk membeli barang-barang yang bukan keperluannya.

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, membeli dua produk sejenis dengan merk yang berbeda, pembelian secara impulsif, pembelian secara tidak rasional, serta pemborosan.

## **2.2 Konsep Literasi Ekonomi**

### **2.2.1 Pengertian Literasi Ekonomi**

Pada hakikatnya, manusia merupakan makhluk ekonomi yang melakukan kegiatan-kegiatan ekonomi dalam rangka memenuhi dan mempertahankan hidupnya. Salah satu caranya yaitu melalui pengalaman belajar yang didapatkan baik melalui jalur pendidikan formal maupun non formal. Salah satu dari bentuk hasil dari pengalaman belajar yang akan sangat berguna dalam menentukan keputusan berkonsumsi yaitu pengalaman belajar mengenai literasi ekonomi.

Menurut Sina (2012:135) “literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk merubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas”. Kemudian menurut Nurhayati & Budiwati (2020:2-3) “literasi ekonomi merupakan keterampilan penting bagi setiap individu, sama pentingnya dengan literasi membaca”.

Pandey & Bhattacharya dalam Maharani (2018:223) menambahkan bahwa “literasi ekonomi merupakan suatu kemampuan untuk menerapkan konsep ekonomi dasar guna membuat keputusan tentang penghasilan, pembelanjaan, tabungan dan berbagi uang”. Hal tersebut sejalan dengan Burjhardt dkk dalam Kusniawati & Kurniawan (2016:3) “literasi ekonomi adalah kemampuan untuk mengidentifikasi masalah ekonomi, alternatif, biaya, dan manfaat, menganalisis insentif bekerja dalam situasi ekonomi, meneliti konsekuensi dari perubahan kondisi ekonomi dan kebijakan publik, mengumpulkan dan mengatur bukti ekonomi, dan menimbang biaya melawan manfaat”.

Dari beberapa pendapat diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa literasi ekonomi merupakan alat dan kemampuan yang penting yang harus dimiliki yaitu dengan menerapkan konsep dasar ekonomi untuk mengidentifikasi masalah

ekonomi dan bagaimana membuat keputusan dalam pengalokasian dana dalam kegiatan konsumsi, serta merubah sikap yang tadinya tidak cerdas menjadi cerdas.

### 2.2.2 Indikator Literasi Ekonomi

Seseorang dikatakan memiliki pengetahuan literasi ekonomi yang baik apabila memiliki karakteristik sebagaimana tercantum dalam indikator-indikator literasi ekonomi. Menurut *The National Council on Economic Education* (NCEE) dalam Maharani (2018:223), literasi ekonomi terdiri dari 20 indikator yaitu:

1. Mampu menganalisis perubahan permintaan barang;
2. Mampu mengelola peran wirausaha;
3. Mampu menganalisis tingkat harga terhadap kecenderungan menabung;
4. Mampu mengalokasikan pendapatan individu;
5. Mampu mengalokasikan pendapatan nasional;
6. Mampu menganalisis perubahan penawaran dan permintaan;
7. Mampu menganalisis dampak kebijakan perdagangan internasional;
8. Mampu menganalisis dampak kebijakan pemerintah terhadap penetapan harga;
9. Mampu menjelaskan peran pelaku ekonomi, produsen, konsumen dalam pemerintahan dan perekonomian;
10. Mampu menjelaskan manfaat dari perdagangan internasional;
11. Mampu menganalisis dampak perubahan permintaan dan penawaran terhadap harga barang;
12. Mampu menjelaskan penggunaan sumber daya yang terbatas;
13. Mampu menjelaskan peran pasar modal dalam perekonomian;
14. Mampu menganalisis *cost* dan *benefit* dari transaksi ekonomi;
15. Mampu menganalisis *cost* dan *benefit* dari pengambilan keputusan;
16. Mampu menjelaskan peran pemerintah dalam perekonomian;
17. Mampu menjelaskan Anggaran Perencanaan Belanja Negara;
18. Mampu menganalisis dampak inflasi;
19. Mampu menganalisis pengembangan industri; dan
20. Mampu menjelaskan bunga uang.

Sedangkan menurut Juliana dalam Kusniawati & Kurniawan (2016:3), hal-hal yang mengindikasikan seseorang memiliki literasi ekonomi yang baik yaitu:

1. Pemahaman terhadap kebutuhan;
2. Pemahaman terhadap kelangkaan;
3. Pemahaman terhadap prinsip ekonomi;
4. Pemahaman terhadap motif ekonomi; dan
5. Pemahaman terhadap kegiatan konsumsi.

Berdasarkan indikator-indikator yang dikemukakan para ahli tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa seseorang konsumen dapat dikatakan memiliki

pengetahuan literasi ekonomi yang baik apabila dapat menganalisis potensi perekonomian baik secara makro maupun secara mikro.

## **2.3 Konsep Modernitas**

### **2.3.1 Pengertian Modernitas**

Istilah modernitas berakar dari kata modern, dimana menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2016) modern merupakan sikap dan cara berpikir serta cara bertindak sesuai dengan tuntutan zaman. Modernitas berasal dari bahasa Inggris yaitu *modernity* yang artinya kemodernan. Dalam kamus bahasa Inggris sendiri kata *modernity* dimaknai sebagai *being modern, the condition of being modern or up to date*, dan *the equality of being modern*. (Ja'far MA, 2013:6)

Pengertian Modernitas menurut Ja'far MA (2013:7) yaitu “Modernitas adalah sikap hidup yang modern atau kemodernan. Sikap hidup tersebut ditandai oleh realisasi sejumlah nilai yang menjadi ciri manusia modern. Seorang atau sekelompok orang dikatakan modern adalah apabila orang dan masyarakat tersebut menerapkan nilai-nilai fundamental modernitas dalam setiap aspek kehidupannya”.

Menurut pendapat Eko Sujianto (2011:158) yang menyatakan bahwa “modernitas adalah sebuah proses yang manusiawi dan tidak bisa dihindarkan lagi. Modernitas merupakan fenomena yang tidak bisa dihindarkan lagi dan berpengaruh pada perubahan *social behaviour* (perubahan sosial), sehingga tidak langsung akan mengubah *self identity*”.

Menurut pendapat diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa modernitas merupakan suatu proses yang tidak dihindarkan lagi yang dapat merubah *self identity* secara tidak langsung melalui realisasi nilai-nilai yang menjadi ciri manusia modern.

### **2.3.2 Ciri-ciri Modernitas**

Dizaman yang semakin modern seperti sekarang, dimana tatanan kehidupan masyarakat semakin berubah kearah pembaharuan yang tentunya diharapkan dapat lebih rasional. Suatu masyarakat yang telah mengalami perubahan kearah kemodernan dapat diidentifikasi berdasarkan ciri-ciri yang dikemukakan oleh Ja'far MA (2013:25-26) yaitu:

1. Mengutamakan penilaian berdasarkan keberhasilan dan prestasi bukan status;
2. Menjunjung tinggi kerajinan, kehematan, ketenangan hati, kebijaksanaan dan rasionalitas;
3. Berjiwa wiraswasta;
4. Berjiwa kreatif, inovatif, dan kesanggupan memecahkan masalah dan menggunakannya untuk tujuan ekonomis; dan
5. Berkarakter dinamis, mampu merubah diri secara tepat dalam masa perubahan sosial yang cepat dan mempunyai kapasitas untuk melihat diri sendiri dalam posisi orang lain.

Kemudian terjadinya modernitas menurut Eduardo dalam Ja'far MA (2013:6-7) dapat dicirikan dengan tiga hal berikut:

1. Pengendalian kepada pengalaman dan penalaran yang telah menyebabkan pertumbuhan ilmu pengetahuan, dan kesadaran ilmiah, sekularitas, dan rasionalitas instrumental;
2. Kehidupan didasarkan pada pertumbuhan masyarakat industri, mobilitas sosial, ekonomi pasar, kemelekan huruf, serta birokratisasi dan konsolidasi negara-negara; dan
3. Keberadaan konsepsi bahwa manusia adalah bebas, otonom, bisa mengendalikan diri, dan reflektif.

Berdasarkan pendapat ahli tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa terjadinya masyarakat modern dan terjadinya modernitas dapat dilihat dari ciri-ciri berikut yaitu mengutamakan penilaian berdasarkan prestasi, menjunjung tinggi kerajinan, berkarakter dinamis, mengandalkan penalaran dan pengalaman, kehidupan yang didasarkan pada pertumbuhan masyarakat industri, serta adanya konsepsi bahwa manusia adalah bebas.

### **2.3.3 Karakteristik Modernitas**

Masyarakat modern lebih bersifat realistik dan cenderung memiliki kepribadian yang kreatif dan kesanggupan dalam memecahkan masalah dan menggunakannya untuk tujuan ekonomis sehingga kepribadian tersebut memunculkan kepribadian yang inovatif. Sebagaimana menurut E.E Hagen dalam Ja'far MA (2013:24-25) bahwa orang-orang kreatif dan inovatif memiliki sifat yaitu:

1. Terbuka terhadap pengalaman baru;
2. Imajinasi yang kreatif;
3. Yakin kepada penilaian sendiri;
4. Kepuasan menghadapi dan menyelesaikan masalah, kesadaran akan kewajiban dan tanggungjawab untuk berhasil, cerdas, dan giat; dan
5. Memiliki persepsi bahwa dunia adalah tantangan.

Kemudian Max Weber dalam Ja'far MA (2013:24) menambahkan bahwa seorang masyarakat modern memiliki nilai-nilai karakteristik sebagai berikut:

1. Sikap menjunjung tinggi kerajinan;
2. Kehematan;
3. Ketenangan hati dan kebijaksanaan;
4. Rasionalitas telah dijadikan sebagai jiwa kehidupan ekonomi;
5. Teknik;
6. Penelitian ilmiah;
7. Kemiliteran; dan
8. Hukum dan system administrasi.

Berdasarkan pendapat ahli diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa karakteristik modernitas meliputi terbuka terhadap pengalaman baru, kreatif, yakin terhadap diri sendiri, memiliki tanggungjawab, memiliki perespsi bahwa dunia adalah tantangan, menjunjung tinggi kerajinan, kehematan, ketenangan dan kebijaksanaan, rasionaitas, teknis, penelitian ilmiah, kemilitieran, hukum serta memiliki system administrasi.

#### **2.3.4 Indikator Modernitas**

Proses transformasi seseorang atau sekumpulan masyarakat dari orang-orang tradisonal menjadi orang-orang modern membutuhkan perubahan spirit, cara berpikir, merasa dan bertindak sebagaimana orang-orang modern. Perubahan spirit, cara berpikir, merasa dan bertindak ini dapat disebut sisitem nilai yang menjadi syarat penting dalam memodernkan suatu komunitas atau masyarakat.

Menurut Inkeless dan David Smith dalam Rahayu et al. (2017:5) bahwa indikator dari modernitas yaitu:

1. Individu modern harus mempunyai keterbukaan terhadap hal yang sifatnya baru;
2. Individu modern harus siap menerima perubahan sosial;
3. Harus mempunyai perencanaan yang jelas;
4. Harus mempunyai keyakinan bahwa lingkungannya harus dapat diperhatikan;
5. Mempunyai partisipasi yang tinggi dan percaya bahwa pendidikan adalah kebutuhan; dan
6. Bersifat optimis dan tidak cepat menyerah.

Sedangkan menurut Xiao dalam Maharani (2018:223) bahwa modernitas memiliki indikator sebagai berikut:

1. Bersifat rasional;
2. Berfikir futuristik;

3. Menghargai waktu;
4. Bersikap terbuka;
5. Berfikir obyektif;
6. *Life satisfaction*; dan
7. *Life up to date*.

Berdasarkan pendapat diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa indikator yang mengindikasikan seseorang memiliki modernitas tinggi yaitu memiliki keterbukaan terhadap hal baru, dapat menerima perubahan sosial, keyakinan bahwa lingkungan harus diperhatikan, percaya bahwa pendidikan adalah kebutuhan, bersifat optimis dan tidak mudah menyerah, berpikir rasional dan futuristik, menghargai waktu, berpikir obyektif, *life satisfaction*, dan *life up to date*.

## **2.4 Konsep Locus of Control**

### **2.4.1 Pengertian Locus of Control**

*Locus of Control* pertama kali diperkenalkan oleh Julian B. Rotter pada tahun 1966, berdasarkan pendekatan *social learning theory*. Istilah *locus of control* ini merujuk pada sejauh mana individu meyakini bahwa apa yang terjadi didalam hidup mereka berada pada pengaruh diri mereka sendiri. Hal tersebut sesuai dengan Robbins dalam Hidayah & Ari Bowo (2018:1028) "*locus of control* sebagai tingkat dimana individu yakin bahwa mereka adalah penentu nasib mereka sendiri".

Menurut Julianingtyas (2012:9) "*locus of control* merupakan tingkatan sampai dimana individu meyakini bahwa perilaku mereka mempengaruhi apa yang terjadi pada mereka". Kemudian menurut Schemerhorn dalam Hermawan & Kaban (2014:32) "*locus of control* adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa suatu hal yang terjadi berada dalam kendali dirinya".

Dari pendapat diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa *locus of control* merupakan keyakinan seseorang mengenai siapa yang bertanggung jawab terhadap penyebab hal-hal baik maupun buruk yang terjadi dalam hidupnya.

### **2.4.2 Jenis Locus of Control**

Salah satu konsep dasar dari *locus of control* yaitu terkait suasana psikologis baik itu dalam bentuk rangsangan secara internal maupun eksternal yang diterima seseorang pada suatu saat tertentu, yang meningkatkan atau menurunkan harapan terhadap munculnya harapan yang memang diharapkan.

Menurut Friedman & Schustack (2020:275), jenis *locus of control* terbagi dua, yaitu:

1. *Locus of Control* Internal  
*Locus of control* internal merupakan ekspektasi umum dimana tindakan individu sendiri akan menyebabkan munculnya hasil akhir yang diinginkan.
2. *Locus of Control* Eksternal  
*Locus of control* eksternal merupakan keyakinan bahwa hal diluar diri, seperti kesempatan atau kekuatan lain, apakah hasil akhir yang diinginkan akan terjadi.

Kemudian menurut Robbins dalam Hidayah & Ari Bowo (2018:1028), jenis *locus of control* terbagi menjadi dua yaitu:

1. *Locus of Control* Internal  
*Locus of control* internal merupakan keyakinan bahwa apa yang terjadi dalam hidupnya adalah hasil dari perilakunya sendiri. Mereka yang memiliki *locus of control* internal percaya bahwa merekalah pemegang kendali terhadap peristiwa yang terjadi dalam hidupnya.
2. *Locus of Control* Eksternal  
*Locus of control* eksternal merupakan keyakinan bahwa apa yang terjadi dalam hidupnya diluar kendalinya. Mereka menganggap bahwa peristiwa yang terjadi dalam dirinya ditentukan oleh nasib dan keberuntungannya.

Berdasarkan pendapat ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa jenis *locus of control* terbagi menjadi dua, yaitu *locus of control* internal dan *locus of control* eksternal. Seseorang yang memiliki *locus of control* internal meyakini bahwa apa yang terjadi pada dirinya merupakan pengaruh dari dirinya sendiri. sedangkan seseorang yang memiliki *locus of control* eksternal percaya bahwa hal-ha diluar dirinya seperti keberuntungan, kesempatan, dan nasib mempengaruhi apa yang terjadi pada dirinya.

#### **2.4.3 Indikator *Locus of Control***

Seseorang dikatakan memiliki *locus of control* baik itu secara internal maupun secara eksternal apabila memenuhi kriteria sebagaimana indikator yang dikemukakan oleh para ahli. Menurut Friedman & Schustack (2020:275), indikator dari *locus of control* internal dan eksternal yaitu:

1. *Locus of control* internal:
  - a. Keyakinan individu bahwa kejadian yang dialami merupakan akibat dari perilakunya sendiri;
  - b. Memiliki kendali yang baik terhadap perilakunya sendiri;
  - c. Cenderung dapat mempengaruhi orang lain;

- d. Yakin bahwa usaha yang dilakukannya dapat berhasil; dan
  - e. Aktif mencari informasi dan pengetahuan terkait situasi yang sedang dihadapi.
2. *Locus of control* eksternal:
- a. Kekuasaan orang lain, takdir dan kesempatan merupakan faktor utama yang mempengaruhi apa yang dialaminya;
  - b. Memiliki kendali yang kurang baik terhadap perilakunya sendiri;
  - c. Cenderung dipengaruhi oleh orang lain;
  - d. Seringkali tidak yakin bahwa usaha yang dilakukannya dapat berhasil; dan
  - e. Kurang aktif mencari informasi dan pengetahuan terkait situasi yang sedang dihadapi.

Kemudian menurut Robbins dalam Hidayah & Ari Bowo (2018:1032)

indikator dari *locus of control* internal dan eksternal yaitu:

- 1. *Locus of Control* Internal
  - a. Kemampuan;
  - b. Minat; dan
  - c. Usaha.
- 2. *Locus of Control* Eksternal
  - a. Nasib;
  - b. Keberuntungan;
  - c. Sosial ekonomi;
  - d. Pengaruh orang lain.

Berdasarkan pendapat ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa indikator *locus of control* internal yaitu keyakinan bahwa apa yang terjadi akibat dari dirinya, memiliki kendali yang baik, dapat mempengaruhi orang lain, yakin bahwa usahanya dapat berhasil, aktif mencari informasi, memiliki kemampuan dan minat. Sedangkan indikator *locus of control* eksternal yaitu yakin bahwa faktor luar merupakan faktor yang mempengaruhi apa yang terjadi pada dirinya, kendali yang kurang baik, mudah terpengaruh orang lain, tidak yakin terhadap usahanya, dan kurang aktif mencari informasi.

## 2.5 Hasil Penelitian yang Relevan

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

No	Sumber	Judul	Hasil
1	Rosida Maharani / Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE) / Volume 6 Nomor 3 Tahun 2018 : 222 - 229	Pengaruh Modernitas Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas XI IIS Di SMA Negeri 1 Talun	<p>Hasil penelitian yang dilakukan di SMA Negeri 1 Talun menunjukkan bahwa:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) Tingkat modernitas siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Talun termasuk dalam kategori tinggi dengan presentase 53,09%.</li> <li>(2) Tingkat literasi ekonomi siswa SMA Negeri 1 Talun termasuk dalam kategori tinggi dengan presentas 37,04%.</li> <li>(3) Modernitas berpengaruh terhadap perilaku konsumsi siswa kelas XI IIS SMA Negeru 1 Talun (thitung=7, 488 <math>\alpha=0,00</math>) dengan koefisien determinasi sebesar 27,1%.</li> <li>(4) Literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumsi siswa kelas XI IIS SMA Negeru 1 Talun (thitung=7,651 <math>\alpha=0,00</math>) dengan koefisien determinasi sebesar 28,3%.</li> <li>(5) Modernitas dan literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumsi siswa kelas XI</li> </ol>

			IIS SMA Negeru 1 Talun (fhitung=66,320 $\alpha=0,00$ ) dengan koefisien determinasi sebesar 63%.
2	Anita Rahayu, Nuraini Asriati, dan Husni Syahrudin/ Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa/ Vol.6, No 10 2017: 1-12	Pengaruh Literasi Ekonomi dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas XI IPS SMAN 1 Segedong	<p>Hasil penelitian yang dilakukan pada Kelas XI IPS SMAN 1 Segedong menunjukkan bahwa:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) Tingkat literasi ekonomi siswa SMA Negeri 1 Segedong adalah sebesar 18,42% dengan kriteria sangat baik, 38,16% dengan kriteria baik dan 43,42% dengan kriteria cukup baik.</li> <li>(2) Tingkat modernitas siswa SMA Negeri 1 Segedong adalah sebesar 38,16% dengan kriteria sangat tinggi, 50% dengan kriteria tinggi dan 11,84% dengan kriteria cukup tinggi.</li> <li>(3) Literasi ekonomi tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi Siswa Kelas XI IPS SMAN 1 Segedong (thitung=1,070 <math>\alpha=0,28</math>)</li> <li>(4) Modernitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi Siswa Kelas XI IPS SMAN 1 Segedong (thitung=2,361 <math>\alpha=0,02</math>).</li> </ol>

			(5) Literasi ekonomi dan modernitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi siswa kelas XI IPS SMAN 1 Segedong ( $t_{hitung}=3,951$ $\alpha=0,22$ ) dengan koefisien determinasi sebesar 9,8%.
3	Ivo Selvia Agusti dan Nining Dewanti Gulton / Jurnal Unimed/ Vol 8 No 2 Juli 2019: 101-107	Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	<p>Hasil penelitian yang dilakukan pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan yaitu:</p> <p>(1) Literasi ekonomi berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Bisnis Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan (<math>t_{hitung}=-2,457</math> <math>\alpha=0,016</math>).</p> <p>(2) Modernitas berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Bisnis Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan (<math>t_{hitung}=-2,657</math> <math>\alpha=0,009</math>).</p> <p>(3) Literasi ekonomi dan modernitas berpengaruh signifikan terhadap</p>

			<p>perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Bisnis Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan (hitung=7,024 <math>\alpha=0,001</math>) dan koefisien determinasi sebesar 13,9%.</p>
4	<p>Nailatul Hidayah dan Prasetyo Ari Bowo/ Economic Education Analysis Journal 7 (3) (2018): 1025-1039</p>	<p>Pengaruh Uang Saku, <i>Locus of Control</i>, dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif.</p>	<p>Hasil penelitian yang dilakukan pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016-2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yaitu:</p> <p>(1) Tingkat uang saku, <i>locus of control</i>, dan lingkungan teman sebaya mahasiswa Pendidikan Ekonomi 2016-2017 Universitas Negeri Semarang berada pada kategori sedang.</p> <p>(2) Uang saku berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016-2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang (hitung=6,191 <math>\alpha=0,00</math>) dan koefisien determinasi sebesar 29,59%</p> <p>(3) <i>Locus of control</i> berpengaruh secara</p>

			<p>signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016-2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang (thitung=-3,663 <math>\alpha=0,0036</math>) dan koefisien determinasi sebesar 12,89%</p> <p>(4) Lingkungan teman sebaya berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016-2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang (thitung=3,334 <math>\alpha=0,00</math>) dan koefisien determinasi sebesar 10,89%.</p> <p>(5) Uang saku, <i>locus of control</i>, lingkungan teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016-2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang dengan nilai koefisien determinasi sebesar 36,3%.</p>
--	--	--	--

**Tabel 2. 2**  
**Perbedaan dan Persamaan dengan Hasil Penelitian yang Relevan**

<b>Persamaan</b>	
<b>Penelitian Sebelumnya</b>	<b>Penelitian yang akan dilaksanakan</b>
1. Empat penelitian yang relevan sebelumnya, didalamnya menggunakan variabel Y Perilaku Konsumtif. 2. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian sebelumnya yaitu penelitian dengan pendekatan kuantitatif jenis survey.	1. Penelitian yang akan dilaksanakan menggunakan variabel Y Perilaku Konsumtif. 2. Metode penelitian yang akan dilaksanakan menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kuantitatif jenis survey.
<b>Perbedaan</b>	
<b>Penelitian Sebelumnya</b>	<b>Penelitian yang akan dilaksanakan</b>
1. Tidak menggunakan variabel intervening dalam penelitian. 2. Tempat populasi penelitian relevan sebelumnya berbeda dengan tempat populasi penelitian yang akan dilaksanakan.	1. Menggunakan variabel intervening dalam penelitian yaitu Literasi Ekonomi. 2. Tempat populasi penelitian relevan sebelumnya berbeda dengan tempat populasi penelitian yang akan dilaksanakan.

## **2.6 Kerangka Berpikir**

Kegiatan konsumsi merupakan kegiatan menghabiskan nilai guna suatu barang yang dilakukan oleh seluruh lapisan masyarakat dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya. Salah satu teori yang mendasari perilaku konsumtif yaitu Teori Hierarki Kebutuhan Manusia (*Maslow's Hierarchy of Needs*) yang diperkenalkan oleh Abraham Maslow bahwa setiap orang akan melakukan usaha apapun untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, dari mulai yang paling rendah sampai dengan kebutuhan yang paling tinggi yaitu kebutuhan akan aktualisasi diri. Aktualisasi diri merupakan proses bawaan dimana orang cenderung tumbuh secara spiritual dan menyadari potensinya. Menurut Friedman & Schustack (2020:351) menyatakan bahwa “seseorang yang telah mencapai aktualisasi diri cenderung

bersikap mandiri, menolak tekanan sosial, mencintai kebebasan, dan memiliki kebutuhan privasi yang tinggi”.

Dalam hal kegiatan berkonsumsi, mereka yang telah mencapai tahap aktualisasi diri cenderung menyukai barang-barang eksklusif dengan harga yang mahal dan *limited edition*. Kepuasan yang mereka dapatkan dari barang-barang mewah tersebut memang tidak saja secara langsung didapatkan. Kepuasan tersebut dapat dirasakan salah satunya dari rasa bangga karena memiliki barang yang orang lain belum memilikinya dan hanya dijadikan sebagai ajang pameran semata. Hal tersebut menyebabkan mereka ketergantungan untuk terus-menerus selalu tampil berbeda dengan orang lain dengan harapan akan menaikkan status sosialnya dimasyarakat, sehingga kemudian memunculkan adanya perilaku konsumtif.

Timbulnya perilaku konsumtif pada masyarakat dipengaruhi oleh berbagai faktor baik secara internal maupun eksternal yang meliputi faktor sosial budaya maupun faktor psikologis. Dalam penelitian ini faktor sosial budaya yang digunakan yaitu modernitas dan faktor psikologis yaitu *locus of control* yang berhubungan dengan kepribadian serta literasi ekonomi yang berhubungan dengan pengalaman belajar.

Modernitas merupakan suatu hasil proses rasionalisasi struktur yang membangun tingkatan rasionalitas yang tinggi terhadap kehidupan masyarakat. Masyarakat yang memiliki cara berpikir modern akan berkonsumsi secara rasional melalui perencanaan dan pertimbangan yang matang dalam melakukan kegiatan konsumsi. Mereka akan memutuskan terlebih dahulu skala prioritas kebutuhan apa saja yang harus segera dipenuhi dan didahulukan dan berpikiran jauh kedepan. Seseorang yang memiliki pandangan jauh kedepan akan cenderung mencari informasi terlebih dahulu mengenai hal-hal yang berkaitan dengan hal apapun yang akan dilakukannya, termasuk dalam hal kegiatan ekonomi, karena pada hakikatnya manusia adalah mahluk ekonomi yang melakukan kegiatan-kegiatan ekonomi dalam rangka memenuhi dan mempertahankan hidupnya.

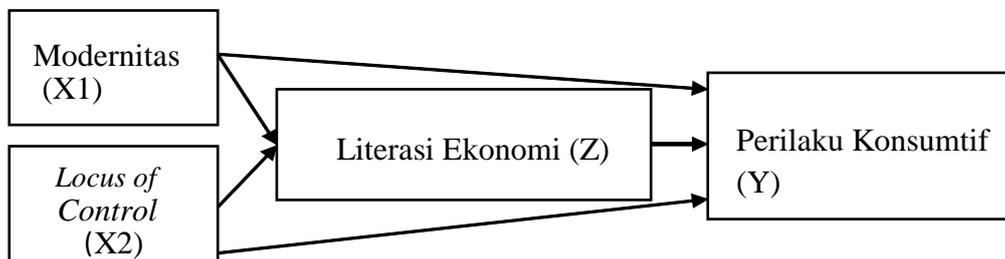
Timbulnya perilaku konsumtif juga berkaitan dengan kepribadian, hal tersebut berhubungan *locus of control* yang dimiliki seseorang. *Locus of control* merupakan tingkatan sejauh mana individu mempercayai perilakunya merupakan

penyebab utama apa yang terjadi dalam kehidupannya. *Locus of control* terbagi menjadi dua, yaitu secara internal dan eksternal. Individu yang memiliki *locus of control* internal mempercayai bahwa apa yang terjadi dalam kehidupannya merupakan akibat dari perbuatannya sendiri, sehingga dalam melakukan kegiatan berkonsumsi akan cenderung berkonsumsi secara rasional. Sedangkan individu yang memiliki *locus of control* eksternal meyakini bahwa apa yang terjadi dalam kehidupannya terjadi diluar kendalinya, dengan kata lain mereka meyakini bahwa faktor luarlah yang menjadi penyebab apa yang terjadi dalam kehidupannya. Sehingga dalam hal kegiatan berkonsumsi mereka akan melakukannya secara bebas.

Selain kedua faktor diatas, peran pendidikan juga sangat berpengaruh pada terbentuknya perilaku konsumtif. Hal ini berkaitan dengan pengetahuan akan literasi ekonomi yang sudah didapatkannya selama masa perkuliahan. Apalagi dalam hal ini responden merupakan mahasiswa pendidikan ekonomi yang sudah dibekali mata kuliah mengenai ilmu ekonomi yang diharapkan dapat mengimplementasikannya dalam kehidupan sehari-hari. Tinggi rendahnya tingkat literasi ekonomi yang dimiliki mahasiswa akan mempengaruhi pada sejauh mana perilaku konsumtif seseorang. Mahasiswa yang memiliki tingkat literasi ekonomi yang tinggi akan cenderung berkonsumsi secara rasional dan penuh pertimbangan, sebaliknya mahasiswa dengan tingkat literasi ekonomi yang rendah akan berkonsumsi secara bebas tanpa mempertimbangkan mana kebutuhan dan mana keinginan.

Literasi ekonomi merupakan alat yang dapat dijadikan pedoman dalam pengambilan keputusan ekonomi salah satunya dalam hal kegiatan konsumsi. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan literasi ekonomi yang tinggi diharapkan dapat berkonsumsi secara cerdas dan rasional, dapat menentukan mana kebutuhan yang menjadi skala prioritasnya dan mana yang hanya merupakan keinginan yang dilandasi hasrat semata, dan dapat mengatur rencana keuangannya secara baik. Dalam penelitian ini, literasi ekonomi 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 Berpikir**

### 2.7 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:96), “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan”. Dalam penelitian ini, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Ho : Modernitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap literasi ekonomi.  
Ha : Modernitas berpengaruh secara signifikan terhadap literasi ekonomi.
2. Ho : *Locus of control* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap literasi ekonomi.  
Ha : *Locus of control* berpengaruh secara signifikan terhadap literasi ekonomi.
3. Ho : Modernitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif.  
Ha : Modernitas berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif.
4. Ho : *Locus of control* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif.  
Ha : *Locus of control* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif.

5. Ho : Literasi ekonomi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif.  
Ha : Literasi ekonomi berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif.
6. Ho : Modernitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif melalui literasi ekonomi.  
Ha : Modernitas berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif melalui literasi ekonomi.
7. Ho : *Locus of control* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif melalui literasi ekonomi.  
Ha : *Locus of control* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif melalui literasi ekonomi.