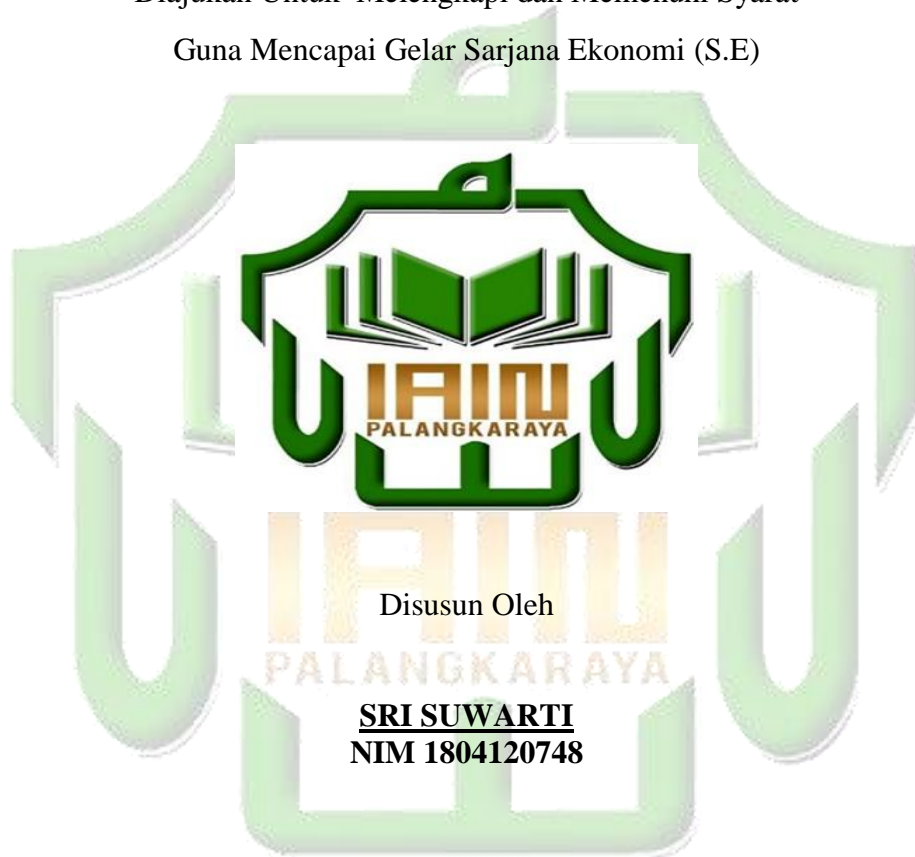


**PENGARUH STATUS SOSIAL EKONOMI ORANG TUA DAN
KELOMPOK PERTEMANAN TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM IAIN PALANGKA RAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi dan Memenuhi Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Disusun Oleh

SRI SUWARTI
NIM 1804120748

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
TAHUN 2022 M / 1443 H**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok Pertemanan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya

Nama : Sri Suwarti

NIM : 1804120748

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

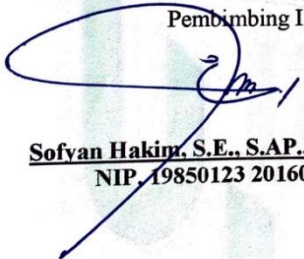
Jenjang : Strata 1 / S1


Palangka Raya, April 2022

Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Sofyan Hakim, S.E., S.AP., M.M., M.AP
NIP. 19850123 201609 2 722



Isra Misra, S.E., M.Si
NIP. 19920909 201903 1 009

Mengetahui,

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Palangka Raya

Plt. Ketua Jurusan
Ekonomi Islam


Dr. M. Ali Sibram Malisi, M.Ag
NIP. 19740423 200112 1 002


Itsla Yunisva Aviva, M.E.Sy
NIP. 19891010 201503 2 012

NOTA DINAS

Palangka Raya, April 2022

Hal : Mohon Diuji Skripsi
Saudari Sri Suwarti

Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi
FEBI IAIN Palangka Raya

Di-
Palangka Raya

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, memeriksa, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi Saudari:

Nama : Sri Suwarti
NIM : 1804120748
Judul : Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok
Pertemanan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing I,



Sofyan Hakim, S.E., S.AP., M.M., M.AP
NIP. 19850123 201609 2 722

Pembimbing II,



Isra Misra, S.E., M.Si
NIP. 19920909 201903 1 009

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok Pertemanan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya” oleh Sri Suwarti NIM: 1804120748 telah di-*munaqasyah*-kan oleh Tim *Munaqasyah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya pada:

Hari : Senin

Tanggal : 04 April 2022

Palangka Raya, 04 April 2022

Tim Penguji

1. Dr. Syarifuddin, M.Ag
(Penguji/Ketua Sidang)
2. Dr. Imam Qalvubi, M.Hum
(Penguji I)
3. Sofyan Hakim, S.E., S.AP., M.M., M.AP
(Penguji II)
4. Isra Misra, S.E., M.Si
(Penguji/Sekretaris)

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Palangka Raya


Dr. M. Ali Sibram Malisi, M.Ag
NIP. 19740423 200112 1 002

**PENGARUH STATUS SOSIAL EKONOMI ORANG TUA DAN
KELOMPOK PERTEMANAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN
PALANGKA RAYA**

ABSTRAK

Oleh Sri Suwarti
NIM 1804120748

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar status sosial ekonomi orang tua dan kelompok pertemanan berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.

Penelitian ini merupakan penelitian *ex post facto* dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder dengan metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya angkatan tahun 2017-2019 dengan jumlah 1.278 mahasiswa. Sampel penelitian sebanyak 93 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya angkatan tahun 2017-2019 yang diambil dengan teknik *proportionate stratified random sampling*. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan batas toleransi 10%. Metode analisis data yang digunakan adalah metode Analisis Regresi Linier Berganda dengan menggunakan program SPSS 25.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ditunjukkan dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ sebesar $3,736 > 1,662$. Variabel kelompok pertemanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ditunjukkan dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ sebesar $5,682 > 1,662$. Variabel status sosial ekonomi orang tua dan kelompok pertemanan berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ditunjukkan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $244,287 > 3,10$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil koefisien determinasi menunjukkan hasil variabel independen, yaitu status sosial ekonomi orang tua dan kelompok pertemanan mampu menjelaskan variabel dependen, yaitu perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 84,4% dan sisanya sebesar 15,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk di dalam model.

Kata kunci: Status Sosial Ekonomi, Kelompok Pertemanan, Perilaku Konsumtif

**THE INFLUENCE OF SOCIAL ECONOMIC STATUS OF PARENTS
AND FRIENDSHIP GROUPS ON CONSUMPTION BEHAVIOR OF
STUDENTS OF ISLAMIC ECONOMICS AND BUSINESS FACULTY IAIN
PALANGKA RAYA**

ABSTRACT

*By Sri Suwarti
NIM 1804120748*

This study aims to determine how much the socio-economics status of parents and friendship groups partially or simultaneously influence the consumptive behavior of students of the Islamic Economics and Business Faculty, IAIN Palangka Raya.

This research is an ex post facto research with a descriptive quantitative approach. The type of data in this study is primary data and secondary data with the method of collecting data using the questionnaire method. The population of this study were students of the Faculty of Economics and Islamic Business IAIN Palangka Raya class of 2017-2019 with a total 1,278 students. The research sample was 93 students of the Islamic Economics and Business Faculty, IAIN Palangka Raya, class of 2017-2019, which were taken using the proportionate stratified random sampling technique. Determination of the number of samples using the Slovin formula with a tolerance limit of 10%. The data analysis method used is the Multiple Linear Regression Analysis method using the SPSS 25.0 program.

The results showed that the variable of parents socio-economics status has a positive and significant effect on the consumptive behavior of students as indicated by the value of $T_{count} > T_{table}$ of $3.736 > 1.662$. The friendship groups variable has a positive and significant effect on the consumptive behavior of students as indicated by the value of $T_{count} > T_{table}$ of $5.682 > 1.662$. The variables of parents socio-economics status and friendship groups have a simultaneous effect on the consumptive behavior of students as indicated by the value of $F_{count} > F_{table}$ of $244.287 > 3.10$ with a significance value of $0.000 < 0.05$. The results of the coefficient of determination show that the independent variables, namely the socio-economics status of parents and friendship groups can explain the dependent variable, namely the consumptive behavior of students by 84.4% and the remaining 15.6% is influenced by other variables that are not included in the model.

Keywords: Socio-economics Status, Friendship Groups, Consumptive Behaviour

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah. Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok Pertemanan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya” dengan lancar. Shalawat serta salam tak lupa penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang mengantarkan manusia dari kegelapan menuju zaman terang benderang.

Penyusunan skripsi ini bertujuan guna melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk dapat mencapai gelar Sarjana Ekonomi di IAIN Palangka Raya. Penulis menyadari penulisan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ribuan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
2. Bapak Dr. M. Ali Sibram Malisi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.
3. Bapak Dr. Imam Qalyubi, M.Hum selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.

4. Ibu Itsla Yunisva Aviva, M.E.Sy selaku Pelaksana Tugas Ketua Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.
5. Bapak Sofyan Hakim, S.E., S.AP., M.M., M.AP selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Isra Misra, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak membantu, mengarahkan, dan membimbing penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
6. Bapak Prof. Dr. Ahmad Dakhoir, M.HI selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak memberikan arahan dan motivasi kepada penulis.
7. Seluruh dosen serta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada pemimpin dan staf administrasi perpustakaan IAIN Palangka Raya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk meminjamkan berbagai buku referensi yang berkaitan dengan skripsi penulis.
8. Ucapan terima kasih sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada kedua orang tua dan adik yang selalu mendoakan, memberikan motivasi, dukungan, semangat, serta bantuan material guna menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga saya dapat membanggakan mereka. Selain itu, juga saya ucapkan terima kasih kepada teman baik saya Rama Rangga Prastyo Pangestu, Amd.Kep yang telah meluangkan waktu dan banyak membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Seluruh teman-teman dan sahabat, khususnya teman-teman Ekonomi Syariah kelas A yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam penyelesaian

skripsi ini. Selain itu juga penulis ucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dan memberikan dukungan guna kelancaran penelitian dan penyusunan skripsi.

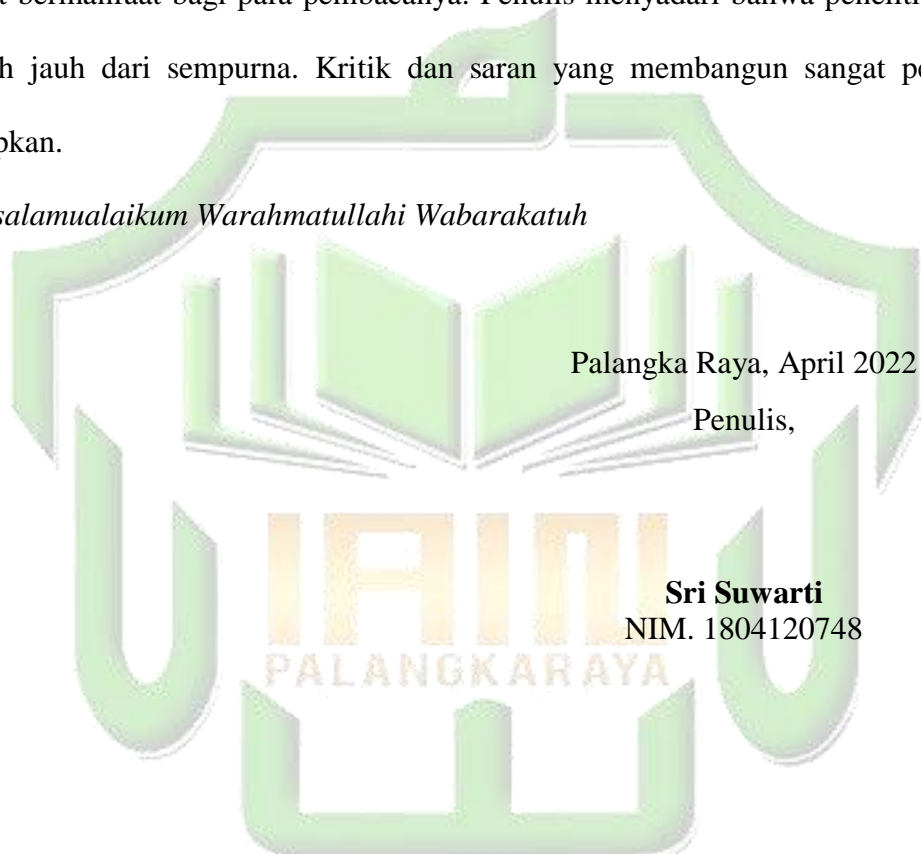
Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna. Kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Palangka Raya, April 2022

Penulis,

Sri Suwarti
NIM. 1804120748



PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sri Suwarti

NIM : 1804120748

Jurusan / Program Studi : Ekonomi Islam / Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok Pertemanan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya” adalah benar karya ilmiah saya sendiri dan bukan hasil jiplakan dari karya orang lain yang tidak sesuai dengan etika keilmuan. Jika kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran, maka saya siap menanggung risiko atau sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, April 2022

Yang Membuat Pernyataan,



Sri Suwarti
NIM. 1804120748

MOTTO

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian”

Q.S. Al-Furqon (25) : 67



PEDOMAN TRANSLITERASI

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No.158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	<i>Alif</i>	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>Bā'</i>	B	Be
ت	<i>Tā'</i>	T	Te
ث	<i>Śā'</i>	Ś	Es titik di atas
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Hā'</i>	H	ha titik di bawah
خ	<i>Khā'</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Żal</i>	Ż	zet titik di atas
ر	<i>Rā'</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sīn</i>	S	Es
ش	<i>Syīn</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>Şād</i>	Ş	es titik di bawah
ض	<i>Dād</i>	Ḍ	de titik di bawah
ط	<i>Tā'</i>	Ṭ	te titik di bawah
ظ	<i>Zā'</i>	Ẓ	zet titik di bawah
ع	'Ayn	... ' ...	koma terbalik (di atas)
غ	<i>Gayn</i>	G	Ge
ف	<i>Fā'</i>	F	Ef
ق	<i>Qāf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kāf</i>	K	Ka
ل	<i>Lām</i>	L	El
م	<i>Mīm</i>	M	Em

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ن	<i>Nūn</i>	N	En
و	<i>Waw</i>	W	We
ه	<i>Hā'</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	... ' ...	Apostrof
ي	<i>Yā</i>	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap Karena *Tasydīd* ditulis Rangkap

متعقدین	Ditulis	<i>muta'āqqidīn</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Tā' Marbūtah* di Akhir Kata

1. Bila dimatikan, ditulis h:

هبة	Ditulis	<i>Hibah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis t:

نعمة الله	Ditulis	<i>ni'matullah</i>
زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakātul-fitri</i>

D. Vokal Pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dhammah	Ditulis	U

E. Vokal Panjang

Fathah + alif	Ditulis	Ā
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	Ditulis	Ā
يسعى	Ditulis	<i>Yās'ā</i>
Kasrah + ya' mati	Ditulis	Ī
مجيد	Ditulis	<i>Majīd</i>
Dhammad + wawu mati	Ditulis	Ū
فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

F. Vokal Rangkap

Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal-Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata, Dipisahkan dengan Apostrof

انتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alim + Lām

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القران	Ditulis	<i>al-Qur'an</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “l” (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

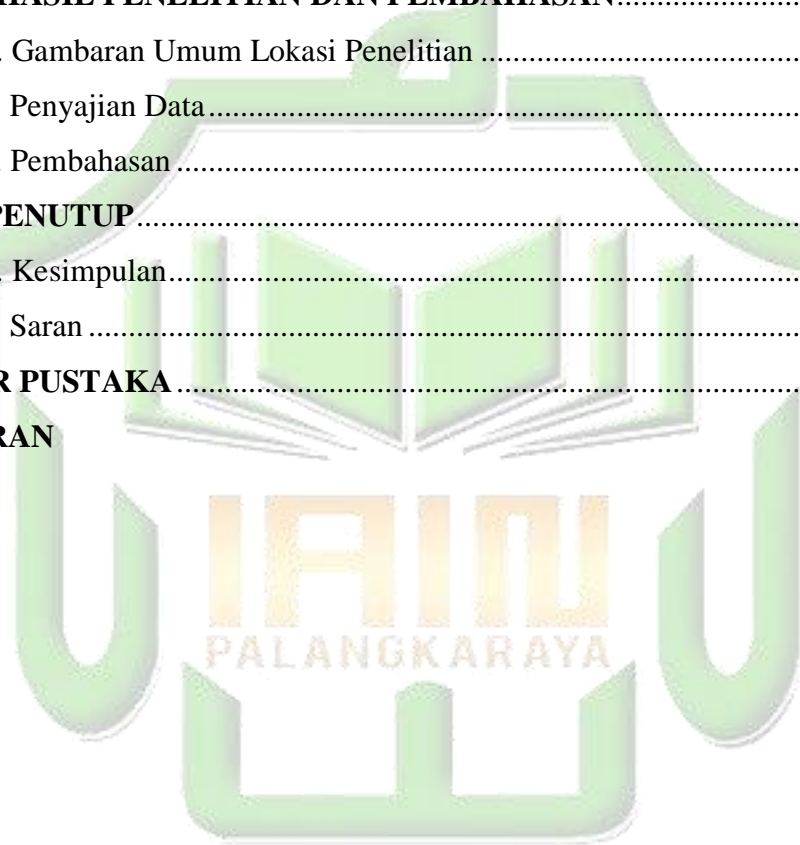
ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawi al-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
NOTA DINAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS	x
MOTTO	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI	xii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR BAGAN	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	5
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Kegunaan Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI	8
A. Penelitian Terdahulu.....	8
B. Kajian Teori dan Konsep	15
1. Kerangka Teori.....	15
a. Teori Stratifikasi Sosial	15
b. Teori Interaksi Sosial	17
c. Teori Perilaku Konsumen.....	20
2. Kerangka Konsep	22
a. Konsep Status Sosial Ekonomi Orang Tua	22

1) Pengertian Status Sosial Ekonomi Orang Tua	22
2) Indikator Status Sosial Ekonomi Orang Tua	25
b. Konsep Kelompok Pertemanan	27
1) Pengertian Kelompok Pertemanan	27
2) Indikator Kelompok Pertemanan.....	29
c. Konsep Perilaku Konsumtif	30
1) Pengertian Perilaku Konsumtif	30
2) Indikator Perilaku Konsumtif.....	32
3) Larangan Perilaku Konsumtif dalam Islam.....	34
C. Kerangka Pikir	36
D. Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	39
1. Pendekatan Penelitian	39
2. Jenis Penelitian.....	39
B. Definisi Operasional Variabel	39
C. Waktu dan Tempat Penelitian.....	41
1. Waktu Penelitian	41
2. Tempat Penelitian.....	41
D. Populasi dan Sampel Penelitian	41
1. Populasi Penelitian	41
2. Sampel Penelitian	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	44
F. Uji Instrumen Penelitian	46
1. Validitas Penelitian	46
2. Reliabilitas Penelitian.....	47
G. Teknik Pengolahan Data.....	47
H. Uji Prasyarat Analisis	48
1. Uji Normalitas	48
2. Uji Linieritas	48
3. Uji Multikolinieritas	48

4. Uji Heteroskedastisitas	49
I. Analisis Data	49
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
2. Uji T	50
3. Uji F.....	51
4. Koefisien Determinasi (R^2)	51
J. Sistematika Penulisan	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	54
B. Penyajian Data.....	62
C. Pembahasan	82
BAB V PENUTUP.....	95
A. Kesimpulan.....	95
B. Saran	96
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel 3.2	Jumlah Populasi dan Sampel Penelitian.....	44
Tabel 3.3	Skor Alternatif Jawaban	45
Tabel 3.4	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	46
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	62
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	62
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.4	Skala Penilaian Likert	64
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua (X_1).....	64
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Variabel Kelompok Pertemanan (X_2)	66
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Variabel Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y).....	68
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua.....	71
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Kelompok Pertemanan	71
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif Mahasiswa...	72
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas One Sample Kolmogorov-Smirnov	73
Tabel 4.13	Hasil Uji Linearitas	75
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinearitas.....	76
Tabel 4.15	Hasil Uji Heteroskedastisitas	76
Tabel 4.16	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	77
Tabel 4.17	Hasil Uji T (Parsial)	78
Tabel 4.18	Hasil Uji F (Simultan).....	81
Tabel 4.19	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	82

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir	37
-----------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Probability Plot..... 74



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap orang memiliki kecenderungan tertentu dalam melakukan kegiatan konsumsi. Kecenderungan itu dinamakan pola konsumsi. Tingkat kebutuhan yang paling tinggi adalah keinginan individu untuk menjadikan dirinya calon yang terbaik sesuai dengan potensi dan kemampuannya. Kebutuhan aktualisasi diri menggambarkan keinginan individu untuk memahami dan membentuk sistem nilai sehingga dapat mempengaruhi orang lain.

Globalisasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pembentukan pola konsumsi, gaya hidup, dan pola pikir masyarakat. Pengaruh globalisasi terhadap generasi muda, terutama kalangan mahasiswa sangat kuat karena mereka menjadi salah satu segmen pasar yang berpotensi untuk produk pakaian, aksesoris, *gadget*, dan lain sebagainya. Dalam segmentasi pasar mengungkapkan bahwa pendidikan, pendapatan, dan pekerjaan mempunyai hubungan yang erat dan merupakan sebab akibat.¹

Mahasiswa yang berada dalam jenjang akademik akan mulai memasuki fase mencari jati diri sebagai akibatnya cenderung gampang terpengaruh. Dalam hal ini mereka belum memiliki dasar atau prinsip yang kuat dalam berperilaku, terutama dalam hal melakukan konsumsi. Belum adanya dasar atau prinsip yang kuat tersebut dapat mengarahkan mahasiswa pada perilaku

¹ Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh* (Penerjemah : Zoelkifli Kasip), Jakarta: PT. Indeks, 2009, h. 46

konsumtif. Perilaku konsumtif adalah perilaku individu sebagai konsumen yang membeli secara berlebihan, menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa, menimbulkan pemborosan, dan hanya mementingkan kesenangan tanpa mempertimbangkan manfaat. Sesekali hanya untuk mendapatkan pengakuan sosial dan mengikuti *trend*.

Dalam melakukan tindakan konsumsi, terkadang mahasiswa masih jauh dari tindakan rasional. Peranan keluarga sebagai motor penggerak perkembangan pengetahuan pribadi dipengaruhi oleh interaksi sosial yang dinamis dan status sosial ekonomi orang tua. Jika ekonomi mencukupi, lingkungan materiil yang dihadapi mahasiswa dalam keluarga akan menjadi lebih luas. Proses pengambilan keputusan dalam tindakan konsumsi mahasiswa dipengaruhi oleh beberapa hal, antara lain budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga, dan situasi.²

Beragam masyarakat di dalam suatu lingkungan akan memunculkan stratifikasi sosial atau pengkelas-kelasan. Stratifikasi sosial atau kelas sosial merupakan pembagian masyarakat ke dalam kelas atau strata yang berbeda, di mana seseorang akan mempertahankan dan menjaga statusnya dengan perilaku dan tindakan sosialnya.³ Begitu juga dengan status sosial orang tua yang kemudian akan mempengaruhi perkembangan anak-anaknya dalam bersosialisasi. Tidak mengherankan jika anak akan bertindak sesuai dengan status yang dimiliki orang tuanya.

² James F. Engel dkk, *Perilaku Konsumen (Edisi 6 Jilid 1)*, Jakarta: Binarupa Aksara, 1994, h. 46

³ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003, h. 219

Perilaku konsumtif mahasiswa juga tidak terlepas dari lingkungan sosialnya saat berinteraksi. Teman sepergaulan sebagai tempat sosialisasi sekunder memiliki pengaruh yang besar terhadap pola hidup individu pada kelompok tersebut. Ketika seseorang ingin membeli, kelompok pertemanan dapat menjadi salah satu pemberi pengaruh dalam sikap, selera, dan proses pengambilan keputusan. Individu sering bertanya kepada teman sebelum mengambil keputusan.⁴

Sering dijumpai saat ini mahasiswa yang belum mampu mengontrol perilaku untuk hal-hal yang kurang bermanfaat, seperti nongkrong di *cafe*, membeli barang mengikuti *trend*, dan *shopping* yang menimbulkan sifat konsumtif. Perilaku konsumtif ini pada akhirnya akan mengubah pola hidup mahasiswa menjadi tidak cermat dalam mengatur keuangan, yaitu bukan berdasarkan skala prioritas. Hal ini akan menimbulkan dilema antara pemenuhan kebutuhan pokok dengan pemenuhan kebutuhan hidup sebagai simbol agar dapat diterima oleh lingkungan.

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Octafinna (2018) yang melakukan penelitian tentang pengaruh status sosial ekonomi orang tua, kelompok persahabatan, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan tahun 2014 – 2016 menunjukkan bahwa

⁴ Moch. Zulkifli Machmud dkk, “Pengaruh Kelompok Persahabatan dan Kelompok Dunia Maya terhadap Keputusan Pembelian”, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 47 No. 2, 2017, h. 182

status sosial ekonomi orang tua, kelompok persahabatan, dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi.⁵

Selain itu, dalam penelitian yang dilakukan oleh Setianingsih (2018) tentang pengaruh status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto menunjukkan bahwa kedua variabel berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto.⁶

Peneliti melakukan observasi awal kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya. Mahasiswa berperilaku konsumtif lebih kepada mengikuti *trend* untuk kesenangan dan kepuasan. Mahasiswa cenderung menyeimbangkan gaya teman dalam kelompok pertemanannya. Pemberian uang saku yang berlebihan dari orang tua juga bisa menyebabkan perilaku konsumtif pada mahasiswa.⁷

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya yang memiliki pengetahuan mengenai ilmu ekonomi dan dalam proses pembelajaran tahap atas dapat dikatakan memiliki perubahan perilaku yang lebih baik dan matang. Dalam memenuhi kebutuhannya tentu akan berperilaku sesuai dengan pengetahuan yang dipelajari selama perkuliahan. Dengan kata lain, mahasiswa memiliki tingkat pemahaman literasi ekonomi yang baik.

⁵ Dinda Dwi Octafinna, *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Persahabatan, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi (Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan Tahun 2014-2016)*, Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2018

⁶ Sri Astuti Setianingsih, *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto)*, Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2018

⁷ Observasi awal peneliti tanggal 18 Maret 2021

Literasi ekonomi menjadi bagian penting dalam pengambilan keputusan guna pemenuhan kebutuhan hidup. Literasi ekonomi penting guna meminimalisir perilaku konsumtif mahasiswa dalam berkonsumsi.

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan dapat ditarik hipotesis bahwa terdapat dua hal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, yaitu status sosial ekonomi orang tua dan kelompok pertemanan. Untuk menguji hipotesis tersebut maka penulis tertarik melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok Pertemanan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya”**.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian yang terdapat pada latar belakang dan identifikasi masalah, peneliti perlu memberikan batasan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini difokuskan pada masalah yang terkait dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa IAIN Palangka Raya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan Tahun 2017 – 2019.
2. Perilaku konsumtif dalam penelitian ini merupakan perilaku mahasiswa dalam membeli barang bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan keinginan yang bersumber dari uang saku yang diberikan oleh orang tua.
3. Kelompok pertemanan dalam penelitian ini adalah teman yang berada di lingkungan IAIN Palangka Raya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

C. Rumusan Masalah

Rumusan dalam penelitian ini merupakan beberapa pertanyaan menyangkut skripsi peneliti yang telah dirinci sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya?
2. Seberapa besar pengaruh kelompok pertemanan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya?
3. Seberapa besar pengaruh status sosial ekonomi orang tua dan kelompok pertemanan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kelompok pertemanan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.

3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh status sosial ekonomi orang tua dan kelompok pertemanan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu kegunaan berbentuk teoritis dan kegunaan berbentuk praktis. Penjelasan dari kedua kegunaan ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini untuk mengkaji seberapa besar pengaruh status sosial ekonomi orang tua dan kelompok pertemanan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi bagi para peneliti dan menambah khazanah pengetahuan.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna secara langsung maupun tidak langsung bagi berbagai pihak. Kegunaan praktis yang penulis harapkan dari penelitian ini adalah mampu menjadi masukan bagi mahasiswa dalam memahami perilaku konsumtif sehingga dapat membedakan antara keinginan dan kebutuhan serta menjadi acuan dalam mengatur keuangan, baik saat masih menjadi mahasiswa maupun saat sudah berumah tangga.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Penulis menjadikan penelitian terdahulu sebagai salah satu acuan melakukan penelitian. Melalui penelitian terdahulu, penulis dapat mengetahui posisi penelitian ini apakah persamaan dan perbedaannya dengan penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu juga memperkaya teori yang digunakan dalam penelitian yang penulis lakukan. Penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi guna memperkaya bahan kajian dalam penelitian penulis. Adapun penelitian yang relevan dengan penelitian penulis adalah sebagai berikut:

Penelitian pertama, skripsi Dinda Dwi Octafinna (2018) dengan judul “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Persahabatan, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi (Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan Tahun 2014–2016)”. Secara singkat penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari status sosial ekonomi orang tua, kelompok persahabatan, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan tahun 2014–2016. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa status sosial ekonomi orang tua, kelompok persahabatan, dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi ditunjukkan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $32,004 > 2,65$ dengan nilai Signifikansi $0,000 < 0,05$. Uji T (parsial) menunjukkan variabel status sosial

ekonomi orang tua sebesar $2,472 > 1,972$ dengan nilai Signifikansi $0,000 < 0,05$. Uji T (parsial) menunjukkan variabel kelompok persahabatan sebesar $3,089 > 1,972$ dengan nilai Signifikansi $0,002 < 0,05$. Uji T (parsial) menunjukkan variabel gaya hidup sebesar $4,401 > 1,972$ dengan nilai Signifikansi $0,000 < 0,05$.⁸

Penelitian kedua, jurnal Nailatul Hidayah dan Prasetyo Ari Bowo (2018) dengan judul “Pengaruh Uang Saku, *Locus of Control*, dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif”. Secara singkat penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh uang saku, *locus of control*, dan lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan tahun 2016–2017. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan uang saku, *locus of control*, dan lingkungan teman sebaya secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif ditunjukkan dengan nilai F_{hitung} sebesar 18,847 dengan nilai Signifikansi $0,000 < 0,05$.⁹

Penelitian ketiga, skripsi Vina Alfiatul Munawaroh (2019) dengan judul “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Keluarga, Kelompok Teman Sebaya, dan Budaya Konsumen Terhadap Perilaku Konsumtif Untuk Produk Fashion Pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Tulungagung”. Secara singkat penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh status sosial ekonomi

⁸ Dinda Dwi Octafinna, “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Persahabatan, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi (Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan Tahun 2014-2016)”, Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2018

⁹ Nailatul Hidayah dan Prasetyo Ari Wibowo, “Pengaruh Uang Saku, *Locus of Control*, dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif”, Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol. 7 No. 3, 2018

keluarga, kelompok teman sebaya, dan budaya konsumen terhadap perilaku konsumtif untuk produk fashion pada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Tulungagung. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa status sosial ekonomi keluarga, kelompok teman sebaya, dan budaya konsumen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif untuk produk fashion pada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Tulungagung ditunjukkan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $60,967 > 2,71$. Uji T (parsial) variabel status sosial ekonomi keluarga sebesar $3,404 > 1,989$ dengan nilai Signifikansi $0,00 < 0,05$. Uji T (parsial) variabel kelompok teman sebaya sebesar $3,289 > 1,989$ dengan nilai Signifikansi $0,00 < 0,05$. Uji T (parsial) variabel budaya konsumen sebesar $2,407 > 1,989$ dengan nilai Signifikansi $0,04 < 0,05$.¹⁰

Penelitian keempat, jurnal Fitriani (2020) dengan judul “Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Kontrol Diri Siswa di SMA YLPI Pekanbaru”. Secara singkat penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif melalui kontrol diri siswa di SMA YLPI Pekanbaru. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan teman sebaya berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif dan kontrol diri

¹⁰ Vina Alfiatul Munawaroh, “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Keluarga, Kelompok Teman Sebaya, dan Budaya Konsumen Terhadap Perilaku Konsumtif Untuk Produk Fashion Pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Tulungagung”, Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2019

berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Kontrol diri memediasi antara lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif sebesar 0,1257.¹¹

Penelitian kelima, skripsi Nahda Dahlan (2020) dengan judul “Pengaruh Media Sosial Instagram, Kelompok Teman Sebaya, dan Lifestyle terhadap Berperilaku Konsumtif pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Makassar”. Secara singkat penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial Instagram, kelompok teman sebaya, dan *lifestyle* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Makassar. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial Instagram, kelompok teman sebaya, dan *lifestyle* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ditunjukkan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $78,069 > 3,09$. Uji T (parsial) variabel media sosial Instagram sebesar $1,895 > 1,660$. Uji T (parsial) variabel kelompok teman sebaya sebesar $1,784 > 1,660$. Uji T (parsial) variabel *lifestyle* sebesar $7,620 > 1,660$.¹²

Penelitian keenam, jurnal Nurul Fauzziyah dan Sri Widayati (2020) dengan judul “Pengaruh Besaran Uang Saku dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas Ivet”. Secara singkat penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh besaran uang saku dan lingkungan teman sebaya terhadap perilaku

¹¹ Fitriani, “Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Kontrol Diri Siswa di SMA YLPI Pekanbaru”, Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro, Vol. 8 No. 1, 2020

¹² Nahda Dahlan, “Pengaruh Media Sosial Instagram, Kelompok Teman Sebaya, dan Lifestyle terhadap Berperilaku Konsumtif pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Makassar”, Samata: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2020

konsumtif mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel uang saku dan lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ditunjukkan dengan nilai Signifikansi pada uji F sebesar $0,000 < 0,05$.¹³

Penelitian ketujuh, skripsi Linafsihi Kholifatun Akhidah (2021) dengan judul “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2017 IAIN Ponorogo)”. Secara singkat penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari status sosial ekonomi orang tua dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif dari mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan tahun 2017 IAIN Ponorogo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel status sosial ekonomi orang tua dan kelompok teman sebaya berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan tahun 2017 IAIN Ponorogo ditunjukkan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $57,457 > 3,122$. Uji T (parsial) variabel status sosial ekonomi orang tua sebesar $2,246 > 1,993$ dengan nilai Signifikansi $0,028 < 0,05$. Uji T (parsial) variabel kelompok teman sebaya sebesar $10,630 > 1,993$ dengan nilai Signifikansi $0,000 < 0,05$.¹⁴

¹³ Nurul Fauzziyah dan Sri Widayati, “Pengaruh Besaran Uang Saku dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas Ivet”, *Jurnal of Economic Education and Entrepreneurship*, Vol. 1 No. 1, 2020

¹⁴ Linafsihi Kholifatun Akhidah, “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan Tahun 2017 IAIN Ponorogo)”, Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa relevansi penelitian terdahulu dengan penelitian yang diangkat oleh penulis dalam segi teori adalah ingin mengetahui variabel apa saja yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Penelitian Terdahulu	Persamaan dengan Penelitian Penulis	Perbedaan dengan Penelitian Penulis
1	Dinda Dwi Octafinna, 2018, dengan judul “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Persahabatan, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi (Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan Tahun 2014-2016)”.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis penelitian kuantitatif 2. Status sosial ekonomi orang tua dan kelompok persahabatan sebagai variabel independen 3. Perilaku konsumtif sebagai variabel dependen 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uji asumsi klasik yang digunakan 2. Penulis tidak menggunakan variabel gaya hidup 3. Periode pengamatan
2	Nailatul Hidayah dan Prasetyo Ari Bowo, 2018, dengan judul “Pengaruh Uang Saku, <i>Locus of Control</i> , dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif”.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis penelitian kuantitatif 2. Teman sebaya sebagai variabel independen 3. Perilaku konsumtif sebagai variabel dependen 4. Uji asumsi klasik yang digunakan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teman sebaya sebagai variabel independen dibahas lebih dalam 2. Penulis tidak menggunakan variabel uang saku dan <i>locus of control</i> 3. Periode pengamatan
3	Vina Alfiatul Munawaroh, 2019, dengan judul “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Keluarga,	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis penelitian kuantitatif 2. Status sosial ekonomi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uji asumsi klasik yang digunakan 2. Penulis tidak

No	Penelitian Terdahulu	Persamaan dengan Penelitian Penulis	Perbedaan dengan Penelitian Penulis
	Kelompok Teman Sebaya, dan Budaya Konsumen Terhadap Perilaku Konsumtif Untuk Produk Fashion Pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Tulungagung”.	keluarga dan kelompok teman sebaya sebagai variabel independen 3. Perilaku konsumtif sebagai variabel dependen	menggunakan variabel budaya konsumen 3. Peneliti terdahulu hanya berfokus pada perilaku konsumtif untuk produk fashion 4. Periode pengamatan
4	Fitriani, 2020, dengan judul “Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Kontrol Diri Siswa di SMA YLPI Pekanbaru”.	1. Jenis penelitian kuantitatif 2. Teman sebaya sebagai variabel independen 3. Perilaku konsumtif sebagai variabel dependen	1. Uji asumsi klasik dan uji hipotesis yang digunakan 2. Variabel teman sebaya sebagai variabel independen dibahas lebih dalam 3. Penulis tidak menggunakan variabel intervening atau variabel mediasi 4. Periode pengamatan
5	Nahda Dahlan, 2020, dengan judul “Pengaruh Media Sosial Instagram, Kelompok Teman Sebaya, dan <i>Lifestyle</i> Terhadap Berperilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Makassar”.	1. Jenis penelitian kuantitatif 2. Teman sebaya sebagai variabel independen 3. Perilaku konsumtif sebagai variabel dependen	1. Variabel teman sebaya sebagai variabel independen dibahas lebih dalam 2. Penulis tidak menggunakan uji autokorelasi

No	Penelitian Terdahulu	Persamaan dengan Penelitian Penulis	Perbedaan dengan Penelitian Penulis
			3. Penulis tidak menggunakan variabel media sosial Instagram dan <i>lifestyle</i> 4. Periode pengamatan

Sumber : dibuat oleh peneliti (2021)

B. Kajian Teori dan Konsep

1. Kerangka Teori

a. Teori Stratifikasi Sosial

Stratifikasi sosial adalah pembagian masyarakat ke dalam kelas-kelas secara bertingkat atau hierarkis.¹⁵ Perwujudan dari stratifikasi sosial adalah adanya kelas-kelas tertinggi hingga terendah. Dasar dari stratifikasi sosial adalah adanya ketidakseimbangan dalam pembagian hak, kewajiban, tanggung jawab, dan nilai sosial, serta kurang terpenuhinya kebutuhan masyarakat dan pengaruhnya di dalam anggota masyarakat. Bentuk konkrit dari lapisan masyarakat diklasifikasikan dalam tiga macam kelas yang memiliki hubungan erat satu sama lain, yaitu ekonomis, politis, dan yang berdasarkan jabatan tertentu dalam masyarakat.

Karl Max menganalisis ketimpangan sosial yang berakar pada kondisi ekonomi masyarakat dari istilah kelas sosial dengan gagasannya:

¹⁵ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta: Yayasan Penerbit Universitas Indonesia, 1974, h. 117

Semua perkembangan sosial, politik, dan intelektual disebabkan oleh adanya perubahan ekonomi dan bahkan semua tindakan manusia selalu dimotivasi oleh motif ekonomi, dan manusia membuat sejarah sendiri, tetapi bukan dalam kondisi pilihannya sendiri.¹⁶

Gagasan Karl Max tersebut menunjukkan bahwa kehidupan non-ekonomi secara langsung dipengaruhi oleh aktivitas ekonomi. Perubahan sosial menjadi satu-satunya kemungkinan sebagai akibat dari perkembangan ekonomi. Walaupun revolusi harus dilakukan melalui tindakan politik, akan tetapi realisasi kebutuhannya hanya akan timbul sebagai konsekuensi dari kondisi ekonomi. Konsekuensi tersebut meliputi pergeseran dari kesadaran semu ke kesadaran kelas.

Stratifikasi sosial dapat terjadi dengan sendirinya dalam suatu lingkungan masyarakat. Akan tetapi, ada pula sistem stratifikasi sosial yang dibuat secara sengaja untuk tujuan tertentu. Hal ini biasanya terjadi saat pembagian kekuasaan atau wewenang resmi dalam organisasi formal. Kekuasaan dan wewenang menjadi unsur yang khusus dalam suatu sistem stratifikasi sosial masyarakat. Jika masyarakat hendak hidup dengan teratur, maka kekuasaan dan wewenang perlu dibagi dengan teratur agar jelas bagi setiap orang.

Dari pemaparan diatas penulis dapat menarik kesimpulan bahwa stratifikasi sosial merupakan permainan posisi individu dalam suatu lingkungan masyarakat berdasarkan ekonomi, politik, atau jabatan tertentu. Dari aspek-aspek tersebut masyarakat digolongkan ke

¹⁶ Pip Jones, *Pengantar Teori-Teori Sosial Dari Teori Fungsionalisme Hingga Post-Modern*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010, h. 97

golongan tinggi, sedang, atau bahkan golongan bawah. Stratifikasi sosial ini sering mengunggulkan golongan tinggi sebagai penguasa, sehingga sering kali dapat terjadi kesenjangan sosial antara golongan tinggi dan rendah.

b. Teori Interaksi Sosial

Interaksi sosial merupakan proses sosial mengenai cara-cara berhubungan yang dapat terlihat ketika individu atau kelompok sosial saling bertemu serta menentukan sistem dan hubungan sosial.¹⁷ Masyarakat sejatinya tidak dapat dipisahkan dari interaksi sosial karena individu dengan individu lain terhubung melalui interaksi sosial. Interaksi sosial juga dapat diartikan sebagai hubungan sosial yang dinamis. Dalam interaksi sosial juga terdapat simbol sebagai suatu nilai yang diberikan kepadanya oleh mereka yang menggunakannya.

Interaksi sosial dapat terjadi jika kedua belah pihak saling berhubungan dan melakukan timbal balik.¹⁸ Jika pihak lain tidak memberikan balasan atau reaksi, maka interaksi yang dilakukan individu tersebut tidak akan terjadi. Bentuk-bentuk dari interaksi sosial dapat berupa kerjasama, persaingan, bahkan pertentangan atau pertikaian.¹⁹

1) Kerjasama

¹⁷ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1990, h. 78

¹⁸ *Ibid*, h. 58

¹⁹ *Ibid*, h. 70

Kerjasama merupakan interaksi sosial yang paling pokok dalam kehidupan sehari-hari. Kerjasama timbul karena adanya orientasi individu terhadap kelompoknya dan kelompok lainnya. Kerjasama mungkin akan bertambah kuat jika ada bahaya yang mengancam dari luar atau tindakan lain yang menyinggung kesetiaan yang tertanam dalam kelompok.²⁰

Terdapat beberapa bentuk kerjasama yang dapat menunjang dalam tercapainya suatu tujuan, yaitu sebagai berikut:²¹

- a) Saling bertukar informasi baik berupa data, keterangan, maupun pendapat melalui konsultasi, rapat, atau diskusi.
 - b) Koordinasi antar unit kerja dalam melaksanakan suatu tugas tertentu yang harus dikerjakan bersama dalam bentuk membagi tugas sesuai bidang dan keahlian.
 - c) Adanya wadah kerjasama, antara lain dalam bentuk panitia yang menampung permasalahan dan nantinya dapat diselesaikan.
- 2) Persaingan

Persaingan diartikan sebagai proses individu atau kelompok manusia yang saling bersaing, mencari keuntungan melalui bidang tertentu dengan cara menarik perhatian publik tanpa menggunakan ancaman atau kekerasan.²² Ciri dari persaingan adalah perjuangan

²⁰ *Ibid*, h. 80

²¹ Hadari Nawawi, *Administrasi Pendidikan*, Jakarta: CV. Haji Masagung, 1987, h. 82

²² *Ibid*, h. 91

menyingkirkan pihak lain secara damai (*fair play*). Persaingan harus menjunjung tinggi batas keharusan dan sportivitas. Persaingan dapat terjadi pada semua bidang kehidupan, misalnya ekonomi, perdagangan, kedudukan, dan kekuasaan.

3) Pertentangan atau pertikaian

Pertentangan atau pertikaian merupakan suatu interaksi sosial di mana individu atau kelompok menentang pihak lain melalui kekerasan atau ancaman guna memenuhi tujuan yang hendak dicapai.²³ Pertentangan dapat terjadi disebabkan oleh perbedaan antar individu, perbedaan budaya, perbedaan kepentingan, dan perbedaan sosial.

Interaksi sosial juga dipengaruhi oleh beberapa faktor yang menentukan berhasil atau tidaknya interaksi tersebut. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi interaksi sosial adalah sebagai berikut.²⁴

- a) Situasi sosial. Tingkah laku yang dilakukan oleh individu harus dapat menyesuaikan dengan situasi yang sedang dihadapinya.
- b) Kekuasaan norma kelompok. Setiap individu wajib menaati norma-norma yang berlaku dalam lingkungannya agar tidak terjadi kekacauan.
- c) Tujuan pribadi masing-masing individu akan berpengaruh terhadap perilakunya dalam berinteraksi.
- d) Penafsiran situasi oleh individu.

²³ Damsar, *Pengantar Sosiologi Konflik*, Jakarta: Fajar Interpratama Offset, 2010, h. 52

²⁴ Slamet Santosa, *Dinamika Kelompok Sosial*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004, h. 12

Selain itu, dalam proses interaksi sosial sering kali juga ditemui hambatan-hambatan. Hambatan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut:²⁵

- a) Perasaan takut untuk melakukan komunikasi dan adanya prasangka terhadap individu atau kelompok.
- b) Adanya pertentangan individu yang akan mempertajam perbedaan dalam golongan-golongan tertentu.

Dari pemaparan diatas penulis dapat menarik kesimpulan bahwa interaksi sosial adalah proses berhubungan yang dilakukan dalam lingkungan masyarakat. Interaksi sosial ini akan terjadi jika kedua belah belah saling melakukan timbal balik.

c. Teori Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan tindakan nyata yang dilakukan individu dipengaruhi oleh faktor psikologis dan faktor eksternal yang mengarahkan individu tersebut untuk memilih dan menggunakan barang-barang sesuai keinginannya.²⁶ Perilaku konsumen timbul karena adanya interaksi antar individu dengan lingkungannya. Dalam proses interaksi tersebut, sosialisasi yang dilakukan antar individu menyebabkan terjadinya transfer dan interaksi perilaku.

²⁵ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006, h. 78

²⁶ Amirullah, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Erlangga, 2002, h. 6

Swastha dan Handoko menyebutkan bahwa terdapat empat teori perilaku konsumen sebagai berikut:²⁷

1) Teori ekonomi mikro

Dalam teori ini dijelaskan bahwa keputusan membeli suatu produk merupakan hasil perhitungan ekonomis rasional secara sadar. Konsumen individual berusaha menggunakan produk yang memberikan manfaat paling banyak dan sesuai dengan selera serta harga yang relatif terjangkau.

2) Teori psikologis

Teori psikologis mendasari faktor-faktor psikologis dalam diri individu untuk selalu dipengaruhi oleh kekuatan lingkungan dalam menganalisa perilaku konsumen.

3) Teori sosiologis

Teori sosiologis lebih menitik beratkan pada hubungan dan pengaruh antar individu yang dikaitkan dengan perilakunya sehingga lebih mengutamakan perilaku kelompok daripada perilaku individu.

4) Teori antropologis

Teori antropologis menekankan pada tingkah laku pembelian dari suatu kelompok masyarakat luas, seperti kebudayaan (kelompok paling besar), sub kebudayaan (kebudayaan daerah), dan kelas sosial.

²⁷ Basu Swastha dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen (Edisi Pertama)*, Yogyakarta: BPFE, 2000, h. 27

Adapun faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen jika ditinjau dari faktor eksternal dan faktor internal adalah sebagai berikut:²⁸

- 1) Faktor eksternal, yaitu faktor yang meliputi pengaruh keluarga, kelas sosial, kebudayaan, strategi marketing, dan kelompok referensi.
- 2) Faktor internal, yaitu faktor yang meliputi motivasi, sikap, gaya hidup, kepribadian, dan belajar.

Dari pemaparan diatas penulis dapat menarik kesimpulan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan individu dalam memilih dan menggunakan barang sesuai dengan keinginannya. Tindakan tersebut didasari oleh faktor eksternal dan internal. Perilaku konsumen ini timbul karena adanya interaksi individu dalam lingkungan masyarakat.

2. Kerangka Konsep

1. Konsep Status Sosial Ekonomi Orang Tua

a. Pengertian Status Sosial Ekonomi Orang Tua

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), status merupakan keadaan atau kedudukan orang, benda, negara, dan lain sebagainya.²⁹ Status juga diartikan sebagai kedudukan individu dalam kelompok atau masyarakat.³⁰ Secara bahasa, status adalah

²⁸ Ali Sadikin dkk, *Pengantar Manajemen dan Bisnis*, Yogyakarta: K-Media, 2020, h. 216

²⁹ W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1982, h. 918

³⁰ Mayor Polak, *Sosiologi Suatu Pengantar Ringkas*, Jakarta: PT. Ikhtisar Baru, 1979, h. 162

posisi atau keadaan di dalam suatu jenjang atau hierarki yang ada dalam suatu wadah sebagai simbol dari hak, kewajiban, dan jumlah peranan yang ideal dari seorang individu.³¹ Status memiliki arti penting bagi sistem sosial dalam masyarakat. Status menunjukkan kedudukan atau posisi individu dalam masyarakat.

Sosial berasal dari bahasa Inggris *society* dengan asal kata *socius* yang berarti kawan. Sosial merupakan segala sesuatu yang menyangkut masyarakat dan kemasyarakatan.³² Status sosial merupakan tempat di mana individu dalam masyarakatnya sehubungan dengan orang lain disekitarnya.³³ Status sosial selalu mengacu pada kedudukan khusus individu dalam lingkungannya, martabat yang diperoleh, serta hak dan tugas yang dimiliki. Status sosial tidak terbatas pada statusnya dalam kelompok sendiri. Akan tetapi, status sosial sangat mungkin juga berpengaruh terhadap status dalam kelompok yang berlainan.³⁴

Ekonomi berasal dari bahasa Yunani *oikonomia*. Kata *oikonomia* sendiri berasal dari dua kata, yaitu *oikos* dan *nomos*. *Oikos* berarti rumah tangga, sedangkan *nomos* berarti mengatur. *Oikonomia* dapat diartikan mengatur rumah tangga. Arti asli dari ekonomi tersebut berkembang seiring dengan perkembangan

³¹ Soerjono Soekanto, *Kamus Sosiologi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1993, h. 347

³² W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, ... h. 918

³³ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar (Cetakan Ke-30)*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2000, h. 265

³⁴ Joseph Raucek dan Rolland Warren, *Pengantar Sosiologi (Terjemahan Sahal Simamura)*, Jakarta: Bina Aksara, 1984, h. 234

ekonomi menjadi suatu ilmu. Ekonomi berarti pengetahuan yang tersusun secara runtut menurut cara dalam rangka mengatur rumah tangga. Rumah tangga yang dimaksud dalam ekonomi bukan dalam artian sempit, melainkan merujuk pada kelompok sosial yang hidup berdasarkan norma dan tata aturan tertentu.³⁵

Orang tua merupakan orang yang melahirkan, membesarkan, merawat, mendidik, dan membimbing anaknya. Orang tua dapat diartikan pasangan suami istri sebagai ibu dan ayah yang telah melahirkan anak dan memiliki tanggung jawab keagamaan.³⁶

Kartini Kartolo mengemukakan bahwa orang tua adalah laki-laki dan perempuan yang terikat status perkawinan dan siap memikul tanggung jawab sebagai ayah dan ibu dari anak yang dilahirkannya.³⁷ Keluarga menjadi kelompok sosial pertama yang sangat penting bagi anak.

Dari pemaparan diatas penulis dapat menarik kesimpulan bahwa status sosial ekonomi orang tua adalah tinggi rendahnya kedudukan orang tua dalam lingkungan masyarakat berdasarkan kriteria ekonomi, pekerjaan, serta jabatan sosial. Status sosial ekonomi orang tua juga disertai dengan kemampuan orang tua dalam melakukan pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari sebagai bentuk tanggung jawab kepada keluarga.

³⁵ M.T. Ritonga, *Pengetahuan Sosial Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2000, h. 36

³⁶ Syahmin Zaini, *Prinsip-Prinsip Dasar Konsepsi*, Jakarta: Kalam Mulia, 1986, h. 133

³⁷ Kartini Kartolo, *Peranan Keluarga Memandu Anak*, Jakarta: Rajawali Pers, 1982, h. 48

b. Indikator Status Sosial Ekonomi Orang Tua

Terjadinya status sosial dalam masyarakat akan membentuk lapisan masyarakat atau kelas sosial, di mana setiap kelas sosial memiliki ukuran-ukuran tersendiri yang berbeda dengan kelas sosial lainnya.³⁸ Kondisi sosial seorang anak juga sering dikaitkan dengan status sosial keluarganya. Kondisi status sosial orang tua dalam masyarakat akan menentukan kedudukannya dalam lapisan masyarakat tersebut.

Adapun indikator dalam penentuan status sosial ekonomi orang tua adalah sebagai berikut:

1) Pekerjaan

Pekerjaan merupakan kegiatan menghasilkan barang atau jasa bagi diri sendiri atau orang lain, baik orang yang melakukan dengan dibayar atau tidak.³⁹ Pekerjaan tidak hanya memiliki nilai ekonomis, tetapi juga sebuah usaha manusia dalam mendapatkan kepuasan dan mendapatkan imbalan atas pekerjaan yang dilakukannya. Pekerjaan yang dimiliki individu akan menentukan status sosial ekonominya dalam suatu lapisan masyarakat. Segala kebutuhan hidup akan terpenuhi dengan bekerja. Dari pekerjaan tersebut, individu akan memperoleh pendapatan. Pekerjaan termasuk dalam aspek pengukuran

³⁸ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar (Cetakan Ke-7)*, Jakarta : CV. Rajawali, 1986, h. 214

³⁹ Soeroto, *Strategi Pembangunan dan Perencanaan Kesempatan Kerja*, Yogyakarta: BPFE Pers, 1986, h. 5

status sosial dengan melihat di mana individu tersebut bekerja, jabatan, dan peranan apa dalam pekerjaan yang dijalani individu tersebut. Begitu pula dengan status sosial seorang anak di mana pekerjaan yang dilakukan oleh orang tua akan menentukan kelas sosial keluarga tersebut.⁴⁰

2) Pendapatan

Pendapatan merupakan penerimaan sebagai imbalan yang diperoleh dari pemberi pekerjaan kepada penerima pekerjaan atas pekerjaan atau jasa yang akan atau sudah dilakukan sebagai jaminan kelangsungan hidup yang layak bagi kemanusiaan dan pembangunan.⁴¹ Pendapatan yang diperoleh oleh individu tidak hanya dari hasil bekerja, tetapi juga dapat berasal dari kekayaan, seperti tanah, modal, warisan, tabungan, deposito, dan lain sebagainya. Pengukuran pendapatan dibagi menjadi beberapa aspek, yaitu gaji pokok, tunjangan, bonus, dan pendapatan lain.⁴²

3) Pemilikan harta benda

Semakin banyak individu memiliki barang berharga maka individu tersebut dapat dikatakan memiliki kemampuan ekonomi yang tinggi dan semakin terpandang oleh masyarakat di sekitar lingkungannya. Pendapatan yang tinggi biasanya

⁴⁰ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran (Edisi Ke-2)*, Bogor: Ghalia Indonesia, ... h. 266

⁴¹ Muarti B. Rahardjo, *Wawasan Buruh Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1986, h. 55

⁴² Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran (Edisi Ke-2)*, ... h. 257

diikuti oleh kepemilikan harta benda yang banyak. Jika di pedesaan, simbol pemilikan dari kelas sosial dapat berupa kebun, ladang, dan ternak yang banyak serta rumah besar. Sedangkan di perkotaan, simbol pemilikan dari kelas sosial dapat berupa rumah, kendaraan, tanah, perhiasan, surat berharga, dan benda-benda seni.⁴³

Dari pemaparan diatas penulis dapat menarik kesimpulan bahwa terdapat empat indikator yang dapat menentukan status sosial ekonomi orang tua dalam suatu lingkungan masyarakat, yaitu jenis pekerjaan, besar pendapatan, dan pemilikan harta benda.

2. Konsep Kelompok Pertemanan

a. Pengertian Kelompok Pertemanan

Kelompok pertemanan sering juga disebut dengan kelompok teman sebaya. Kelompok merupakan kumpulan yang terdiri dari dua atau lebih orang yang saling melakukan interaksi guna mencapai tujuan yang sama. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, teman sebaya diartikan sebagai kawan, sahabat, atau orang yang bersama-sama bekerja atau berbuat. Kelompok teman sebaya merupakan interaksi yang terjadi dalam sekelompok orang dan terdapat kecenderungan untuk meniru antar satu dan lainnya.⁴⁴

⁴³ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran (Edisi Ke-2)*, ... h. 267

⁴⁴ Eirene Sinay, "Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya dengan Kecurangan Akademik pada Mahasiswa Maluku yang Berkuliah di Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga", *Jurnal Psikologi*, 2017, h. 9

Kelompok pertemanan menjadi dunia nyata bagi kalangan kawula muda dalam menyiapkan panggung, di mana dirinya dapat menguji diri sendiri dan orang lain disekitarnya. Kelompok pertemanan dapat memberikan pengaruh positif dan negatif. Individu yang salah dalam bergaul akan memperoleh dampak negatif. Sebaliknya, jika individu bergaul dengan teman sebaya yang baik maka akan memperoleh dampak positif.

Salah satu fungsi terpenting dalam kelompok pertemanan adalah sumber informasi dan komparasi tentang dunia di luar keluarga. Melalui kelompok pertemanan, individu menerima umpan balik dari teman-teman mengenai kemampuannya. Anak akan menilai apa yang dilakukannya, apakah lebih baik, sama, atau lebih buruk dari teman-teman sebayanya. Anak berkembang dalam dua dunia sosial, yaitu dunia orang dewasa dan dunia teman sebaya. Anak dalam dunia orang dewasa akan berkembang bersama orang tua, guru, dan lain sebagainya. Sedangkan, dalam dunia teman sebaya anak akan berkembang bersama teman, sahabat, dan kelompok bermainnya.⁴⁵

Kelompok pertemanan dapat menjadi salah satu pemberi pengaruh dalam hal sikap, selera, dan proses pengambilan keputusan saat individu ingin melakukan suatu pembelian. Individu acap kali akan bertanya kepada teman sebelum mengambil

⁴⁵ Slamet Santosa, *Dinamika Kelompok*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006, h. 77

keputusan. Teman atau sahabat menjadi orang terpercaya dan menjadi orang terdekat bagi konsumen setelah keluarga.⁴⁶

Dari pemaparan diatas penulis dapat menarik kesimpulan bahwa kelompok pertemanan adalah sekelompok individu yang melakukan interaksi dan terdapat kecenderungan untuk saling meniru. Individu dalam suatu kelompok pertemanan sering kali mendapatkan pengaruh dalam pengambilan keputusan dari teman dalam kelompoknya.

b. Indikator Kelompok Pertemanan

Terdapat tiga indikator dalam kelompok pertemanan sebagai berikut:⁴⁷

1) Keinginan meniru

Individu meniru orang lain dan menjadikan peniruan tersebut sebuah *trend*. Individu merasa harus mengikuti peniruan tersebut karena dapat meningkatkan rasa percaya diri.

2) Bergabung untuk menghindari konflik

Individu berusaha untuk menghindari konflik sehingga memutuskan untuk mendekati kelompok pertemanannya. Jika telah berhasil mendekati dan bergabung dalam kelompok tersebut, maka individu tersebut cenderung akan menuruti kritik dan saran dari kelompoknya.

⁴⁶ Moch. Zulkifli Machmud dkk, “*Pengaruh Kelompok Persahabatan dan Kelompok Dunia Maya terhadap Keputusan Pembelian*”, ... h. 182

⁴⁷ Eirene Sinay, “*Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya dengan Kecurangan Akademik pada Mahasiswa Maluku yang Berkuliah di Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga*”, ... h. 9

3) Menjadi pengikut

Individu memutuskan untuk mengikuti kelompok lain karena bingung harus berbuat apa sehingga ia akan mencari dan mendekati serta menjadi kelompok tersebut pedoman. Apapun yang dilakukan kelompok tersebut dianggap benar dan individu tersebut menjadi dikendalikan oleh orang lain.

Dari pemaparan diatas penulis dapat menarik kesimpulan terdapat tiga indikator dari suatu kelompok pertemanan, yaitu adanya keinginan meniru satu sama lain, bergabung bersama untuk menghindari konflik, dan menjadi pengikut dari kelompok pertemanan tersebut.

3. Konsep Perilaku Konsumtif

a. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku adalah apapun yang dikatakan atau dilakukan oleh individu. Secara teknis, perilaku merupakan apapun aktivitas otot dan kelenjar atau aktivitas dalam sebuah organisme.⁴⁸ Perilaku dapat diartikan sebagai respon individu, baik dalam bentuk tanggapan, jawaban, ataupun reaksi. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), perilaku adalah reaksi atau tanggapan individu terhadap lingkungan atau rangsangan.⁴⁹ Perilaku merupakan tanggapan, baik berupa ucapan maupun tulisan yang dilakukan

⁴⁸ Garry Martin dan Joseph Pear, *Modifikasi Perilaku*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015, h. 3

⁴⁹ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (Edisi Ke-3)*, Jakarta: Balai Pustaka, 2004, h. 859

oleh individu sebagai bentuk reaksi yang dipengaruhi oleh lingkungan sehingga muncul adanya rangsangan.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), konsumtif memiliki arti konsumsi yang hanya menggunakan hasil produksi dari orang lain dan bukan hasil produksi sendiri.⁵⁰ Gaya hidup orang yang cenderung konsumtif lebih kepada membelanjakan uang yang dimiliki pada hal-hal yang bukan atas dasar kebutuhan. Hasil produksi orang lain yang dikonsumsi oleh orang yang berperilaku konsumtif biasanya didapatkan melalui kegiatan jual beli. Sifat konsumtif ini biasanya terdapat pada para konsumen jika konsumen tersebut selalu bergantung pada produksi orang lain.

Perilaku konsumtif merupakan sikap masyarakat yang menjadi masyarakat pembuang produk, di mana masyarakat cenderung suka berganti-ganti produk. Perilaku konsumtif merupakan kegiatan konsumsi produk secara berlebihan dan mencapai kepuasan individu. Pembelian produk tersebut bukan didasarkan atas kebutuhan. Dengan kepuasan yang diperoleh tersebut, individu yang bersifat konsumtif merasa lebih baik dan berbeda dari lainnya.⁵¹

Elly M. Setiadi dan Usman Kolip menyatakan bahwa perilaku konsumtif terjadi sebagai akibat dari dampak globalisasi,

⁵⁰ *Ibid*, h. 590

⁵¹ Djamaludin Ancok, *Nuansa Psikologi Pembangunan (Cetakan Pertama)*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995, h. 60

di mana pola hidup mewah (hedonisme) menjadi dambaan setiap orang.⁵² Pola hidup ini terjadi akibat banyaknya produk yang beredar karena adanya perdagangan bebas. Sementara itu, Sumartono mengatakan bahwa perilaku konsumtif lebih mengarah pada penggunaan produk secara berlebihan dan sia-sia.⁵³ Dalam hal ini pembelian produk yang dilakukan oleh konsumen cenderung kurang bermanfaat.

Dari pemaparan di atas penulis dapat menarik kesimpulan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan individu sebagai konsumen dalam penggunaan dan pembelian produk secara berlebihan dan kurang bermanfaat. Penggunaan dan pembelian produk tersebut tidak berdasarkan kebutuhan. Kepuasan pribadi dan mempertahankan status sosial dalam lingkungan menjadi alasan utama pembelian produk tersebut.

b. Indikator Perilaku Konsumtif

Terdapat tiga indikator individu dikatakan konsumtif, yaitu sebagai berikut:

1) Pembelian impulsif (*impulsive buying*)

Pembelian impulsif merupakan pembelian secara tiba-tiba yang dilakukan oleh individu karena faktor ketertarikan konsumen pada penjual yang menawarkan barang

⁵² Elly M. Setiadi dan Usman Kolip, *Pengantar Sosiologi: Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2011, h. 734

⁵³ Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*, Bandung: Alfabeta, 2002, h. 19

dagangannya. Pembelian ini bersifat spontan dan tidak direncanakan sehingga menimbulkan ketertarikan terhadap barang yang dijual tersebut.⁵⁴ Individu yang melakukan pembelian impulsif biasanya disebabkan adanya ketertarikan pada strategi penjual dalam menawarkan produknya kepada konsumen.

2) Pemborosan (*wasteful buying*)

Dalam hal ini biasanya konsumen melakukan pembelian barang secara berlebihan dan kurang bermanfaat. Pemborosan dilakukan atas dasar menghamburkan materi untuk konsumsi yang tidak jelas arahnya. Perilaku ini biasanya bersifat kesenangan sesaat daripada kebutuhan pokok yang seharusnya lebih diutamakan.

3) Mencari kesenangan (*non-rational buying*)

Individu sebagai konsumen dalam mengonsumsi barang cenderung untuk mencari kesenangan belaka. Kesenangan di sini biasanya memanfaatkan waktu luang untuk mencari sesuatu yang menyenangkan sehingga individu tersebut akan berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif mahasiswa terkadang menimbulkan pembelian yang tidak rasional atau kurang bermanfaat.⁵⁵

⁵⁴ Danang Sunyoto, *Praktik Riset Perilaku Konsumen (Cetakan Pertama)*, Yogyakarta: CAPS, 2014, h. 77

⁵⁵ *Ibid*, h. 28

Dari pemaparan diatas penulis dapat menarik kesimpulan terdapat tiga aspek yang menjadi indikator seseorang dikatakan berperilaku konsumtif, yaitu pembelian impulsif atau pembelian tiba-tiba, pemborosan, dan mencari kesenangan belaka.

c. Larangan Perilaku Konsumtif dalam Islam

Perilaku konsumtif merupakan masalah psikologis yang sering dikenal dengan kecanduan berbelanja. Individu yang memiliki sifat konsumtif tidak dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan yang hanya memuaskan sesaat. Dalam hal perilaku konsumtif ini, Islam mengajarkan untuk tidak berlebihan dan tidak boros seperti halnya dijelaskan dalam Q.S. Al-Isra ayat 27 sebagai berikut:

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ

كَفُورًا

Artinya:

“Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya” (Q.S. Al-Isra/17:27)⁵⁶

Dalam Islam dijelaskan bahwa dalam melakukan konsumsi terhadap suatu produk haruslah dengan halal, baik, tidak kotor, tidak mengandung riba, dan lain sebagainya. Selain itu juga dalam berkonsumsi dianjurkan untuk tidak berlebih-lebihan dan tidak

⁵⁶ *Mushaf Al-Mumayyaz*, Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2014, h. 284

bermewah-mewahan. Yusuf Qardawi menyatakan bahwa beberapa variabel moral dalam konsumsi antara lain konsumsinitas alasan atas barang-barang yang baik atau halal, hemat, tidak bermewah-mewahan, menjauhi hutang, dan juga menjauhi kebakhilan.⁵⁷ Seorang muslim tidak bebas membelanjakan harta yang dimilikinya secara berlebihan. Batasan-batasan perilaku konsumtif juga dijelaskan dalam Q.S. Al-Furqan ayat 67 sebagai berikut:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya:

“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian” (Q.S. Al-Furqan/25:67)⁵⁸

Selain dilarang dalam Islam, perilaku konsumtif juga memiliki dampak negatif bagi para pelakunya, antara lain sebagai berikut:

- a) Menimbulkan kecemburuan sosial antar masyarakat.
- b) Membuat keuangan semakin menipis.
- c) Mempersempit keinginan menabung sehingga orang tidak berpikir tentang masa yang akan datang.

⁵⁷ Yusuf Qardawi, *Pesan Nilai Moral dalam Perekonomian Islam*, Jakarta: Rabbani Pers, 1995, h. 3

⁵⁸ *Mushaf Al-Mumayyaz*, ... h. 365

- d) Membuat orang lain hanya memikirkan dirinya sendiri dan tidak melihat kehidupan orang lain karena sibuk memikirkan keinginan pribadinya.

Dari pemaparan diatas penulis dapat menarik kesimpulan bahwa perilaku konsumtif dilarang dalam Islam. Larangan tersebut sangat jelas di dalam Al-Qur'an, diantaranya dalam Q.S. Al-Isra ayat 27 dan Q.S. Al-Furqan ayat 67. Larangan ini dimaksudkan agar manusia tidak mubadzir terhadap segala sesuatu.

C. Kerangka Pikir

Konsumsi merupakan kegiatan yang dilakukan individu atau kelompok dalam rangka penghabisan nilai barang atau jasa. Permasalahan yang terjadi dalam perilaku konsumsi mahasiswa antara lain pembelian produk karena iming-iming hadiah, pembelian produk karena kemasannya yang menarik, pembelian produk untuk menjaga penampilan dan gengsi, serta pembelian produk hanya untuk menjaga simbol status sosial dalam lingkungannya. Perilaku konsumsi mahasiswa secara berlebihan terlihat pada kelompok tertentu dilihat dari kemampuan keluarga dalam mendukung kebutuhan sehari-hari.

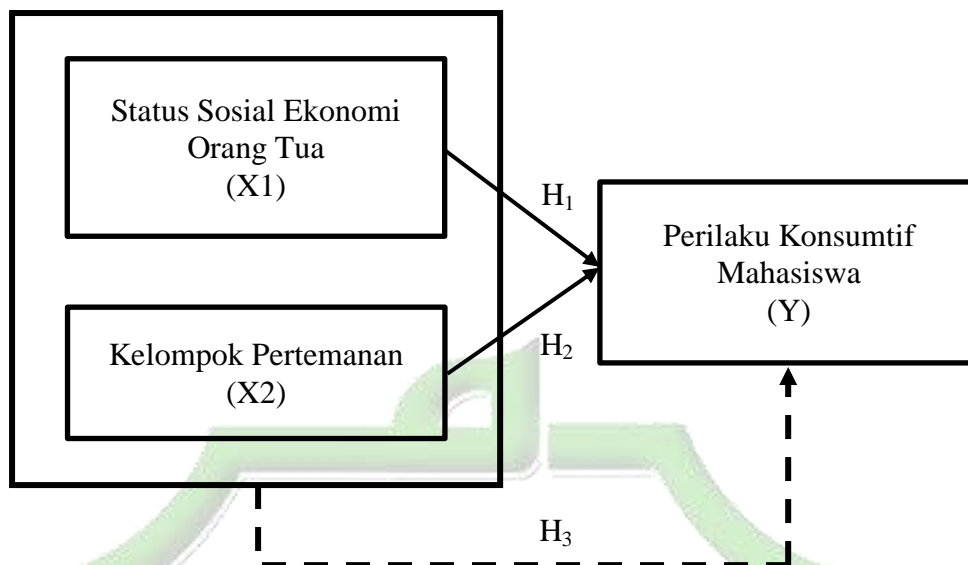
Kerangka pikir merupakan hubungan yang melibatkan variabel bebas dan variabel terikat.⁵⁹ Kerangka pikir menggambarkan pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Variabel bebas (X) dalam

⁵⁹ Purwanto, *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi dan Pendidikan*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2012, h. 177

penelitian ini adalah Status Sosial Ekonomi Orang Tua (X1) dan Kelompok Pertemanan (X2), sedangkan variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah Perilaku Konsumtif (Y).



Bagan 2.1 Kerangka Berpikir



Keterangan:

1. Variabel bebas (X) sebagai status sosial ekonomi orang tua dan kelompok pertemanan yang akan diuji dengan variabel terikat (Y).
2. Tanda panah menunjukkan hubungan antar variabel X terhadap variabel Y yang menunjukkan bahwa suatu variabel akan mempengaruhi variabel lainnya.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya harus diuji secara empiris. Hipotesis juga merupakan proporsi yang akan diuji keberlakuannya.⁶⁰ Hipotesis dikatakan jawaban sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori yang relevan dengan permasalahan yang diteliti, belum berdasarkan pada fakta empiris

⁶⁰ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012, h. 63

yang diperoleh melalui proses pengumpulan data. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_1 : Status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya.

H_0 : Status sosial ekonomi orang tua tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya.

H_2 : Kelompok pertemanan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya.

H_0 : Kelompok pertemanan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya.

H_3 : Status sosial ekonomi orang tua dan kelompok pertemanan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya.

H_0 : Status sosial ekonomi orang tua dan kelompok pertemanan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif dengan format deskriptif bertujuan untuk menjelaskan, meringkas berbagai kondisi, situasi, atau variabel yang timbul dalam masyarakat yang menjadi objek penelitian berdasarkan apa yang terjadi, kemudian mengangkat ke permukaan gambaran tentang kondisi, situasi, atau variabel tersebut.⁶¹

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian *ex post facto*. Penelitian *ex post facto* merupakan suatu penelitian yang dilakukan untuk menemukan penyebab yang memungkinkan perubahan perilaku, gejala, atau fenomena yang disebabkan oleh suatu peristiwa, perilaku, atau hal yang menyebabkan perubahan pada variabel bebas secara keseluruhan sudah terjadi.⁶²

B. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan spesifikasi dari suatu variabel yang akan diteliti didefinisikan secara operasional dan diukur.⁶³ Adapun definisi

⁶¹ Burhan Bugin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya (Edisi Pertama)*, Jakarta: Kencana, 2006, h. 36

⁶² Andi Ibrahim dkk, *Metodologi Penelitian (Cetakan I)*, Makassar: Gunadarma Ilmu, 2018, h. 66

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta, 2015, h. 179

operasional dari variabel-variabel dalam penelitian ini dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator
Status Sosial Ekonomi Orang Tua (X_1)	Status sosial dapat juga disamakan dengan kelas sosial atau stratifikasi sosial yang berarti pembagian masyarakat ke dalam kelas atau strata yang berbeda. ⁶⁴	<ul style="list-style-type: none"> - Pekerjaan - Pendapatan - Pemilikan harta benda
Kelompok Pertemanan (X_2)	Kelompok pertemanan atau kelompok teman sebaya merupakan interaksi yang terjadi dalam sekelompok orang dan terdapat kecenderungan untuk meniru antara satu dan lainnya. ⁶⁵	<ul style="list-style-type: none"> - Keinginan meniru - Bergabung untuk menghindari konflik - Menjadi pengikut
Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y)	Perilaku konsumtif mengarah pada sikap masyarakat menjadi masyarakat pembuang produk, di mana masyarakat cenderung suka berganti-ganti produk. ⁶⁶ Individu yang bersifat konsumtif bertindak berlebihan guna mencapai suatu kepuasan pribadi dan bukan atas dasar kebutuhan.	<ul style="list-style-type: none"> - Pembelian impulsif - Pemborosan - Mencari kesenangan

Sumber : dibuat oleh peneliti (2021)

⁶⁴ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran (Edisi Ke-2)*, ... , h. 256

⁶⁵ Eirene Sinay, "Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya dengan Kecurangan Akademik pada Mahasiswa Maluku yang Berkuliah di Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga", ... h. 9

⁶⁶ Djamaludin Ancok, *Nuansa Psikologi Pembangunan (Cetakan Pertama)*, ... , h. 60

C. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan oleh peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok Pertemanan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya” dimulai sejak bulan Januari – Maret tahun 2022.

2. Tempat Penelitian

Peneliti mengambil tempat penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya yang beralamat di Jalan George Obos Komplek Islamic Center, Kelurahan Menteng, Kecamatan Jekan Raya, Kota Palangka Raya. Fokus dalam penelitian ini adalah status sosial ekonomi orang tua dan kelompok pertemanan yang berpengaruh pada perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.⁶⁷ Populasi tidak hanya orang, tetapi juga bisa objek atau benda-benda lain. Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas

⁶⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, ... h. 148

Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya angkatan tahun 2017 - 2019 yang berjumlah 1.278 orang mahasiswa.

2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁶⁸ Jika populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh populasi dikarenakan keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sampel ini cukup sebagian dari populasi, tetapi harus benar-benar representatif atau mewakili.

Peneliti mengambil teknik pengambilan sampel berupa *probability sampling*. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.⁶⁹ Dari teknik *probability sampling*, peneliti mengambil teknik *proportionate stratified random sampling*, yaitu sampel yang diambil acak sesuai jumlah proporsional untuk setiap sub populasi sesuai dengan ukuran populasinya.

Peneliti menggunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel dengan batas toleransi 10%. Adapun rumus Slovin yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

⁶⁸ *Ibid*, h. 149

⁶⁹ *Ibid*, h. 152

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Berdasarkan rumus di atas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{1278}{1 + 1278 \cdot 0,1^2} = 92,74$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka diperoleh sampel dalam penelitian ini sebanyak 93 orang (dibulatkan). Selanjutnya dilakukan penentuan jumlah sampel pada setiap angkatan dengan menentukan proporsinya sesuai dengan jumlah mahasiswa. Adapun jumlah sampel tiap angkatan diperoleh menggunakan rumus berikut:

$$N_i = \frac{n_i}{s} \times n$$

Keterangan:

N_i = Jumlah sampel tiap angkatan

n_i = Jumlah populasi tiap angkatan

s = Jumlah populasi secara keseluruhan

n = Jumlah sampel secara keseluruhan

Jumlah sampel yang diperoleh dari masing-masing proporsional random sampling adalah sebagai berikut:

$$\text{Mahasiswa FEBI angkatan 2017} = \frac{313}{1278} \times 93 = 22,77 \text{ [23]}$$

$$\text{Mahasiswa FEBI angkatan 2018} = \frac{499}{1278} \times 93 = 36,31 \text{ [36]}$$

$$\text{Mahasiswa FEBI angkatan 2019} = \frac{466}{1278} \times 93 = 33,91 \text{ [34]}$$

Tabel 3.2
Jumlah Populasi dan Sampel Penelitian

No	Tahun Angkatan	Jumlah Populasi	Jumlah Sampel
1	Mahasiswa FEBI 2017	313	23
2	Mahasiswa FEBI 2018	499	36
3	Mahasiswa FEBI 2019	466	34
Jumlah		1.278	93

Sumber : dibuat oleh peneliti (2021)

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Angket / Kuesioner

Angket (kuesioner) merupakan daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis yang memerlukan tanggapan, baik mengenai kesesuaian atau ketidakesesuaian dari sikap testi. Pertanyaan dan pernyataan yang tertulis di dalam angket berdasarkan pada indikator yang diturunkan pada setiap variabel.⁷⁰ Angket penelitian ini bertujuan untuk mengukur persepsi mahasiswa mengenai perilaku konsumtif dilihat dari status sosial ekonomi orang tua dan kelompok pertemanannya.

Secara garis besar, kuesioner dalam penelitian ini terbagi dalam tiga bagian. Pertama, terdiri dari data mengenai status sosial ekonomi orang tua, seperti jenis pekerjaan, pendapatan, kepemilikan harta benda, jabatan, dan pendidikan. Kedua, terdiri dari data mengenai kelompok pertemanan meliputi indikatornya. Ketiga, terdiri dari data mengenai perilaku konsumtif mahasiswa berdasarkan indikatornya.

⁷⁰ Kasmadi dan Nia Siti Sunariah, *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Alfabeta, 2014, h. 70

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, persepsi individu atau kelompok mengenai suatu fenomena sosial dalam penelitian. Variabel yang akan diukur dalam skala likert dijabarkan dalam bentuk indikator variabel. Jawaban dari responden memiliki skor yang berbeda-beda, oleh karena itu jawaban setiap instrumen diberi skor sebagai berikut:

Tabel 3.3
Skor Alternatif Jawaban

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber : Sugiyono (2012)

Instrumen penelitian merupakan suatu alat ukur yang digunakan dalam penelitian.⁷¹ Pada penelitian ini, instrumen berupa angket disusun dalam bentuk pertanyaan dan pernyataan sehingga responden dapat memberikan jawaban dalam bentuk *checklist* pada salah satu alternatif jawaban yang dianggap benar. Angket penelitian disusun dan dikembangkan berdasarkan uraian dalam kajian teori dan dijabarkan dalam butir pertanyaan dan pernyataan. Adapun kisi-kisi angket dalam penelitian adalah sebagai berikut:

⁷¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Bandung: Alfabeta, 2011, h. 148

Tabel 3.4
Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Nomor Angket	Jumlah
1	Status Sosial Ekonomi Orang Tua (X_1)	Pekerjaan	1, 2	2
		Pendapatan	3, 4	2
		Pemilikan harta benda	5, 6	2
2	Kelompok Pertemanan (X_2)	Keinginan meniru	1, 2	2
		Bergabung untuk menghindari konflik	3, 4	2
		Menjadi pengikut	5, 6	2
3	Perilaku Konsumtif (Y)	Pembelian impulsif	1, 2	2
		Pemborosan	3, 4	2
		Mencari kesenangan	5, 6	2

Sumber : dibuat oleh peneliti (2021)

F. Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang baik harus memenuhi dua syarat utama, yaitu valid dan reliabel. Oleh karena itu, instrumen yang digunakan dalam penelitian perlu dilakukan uji terlebih dahulu sebelum digunakan menjadi alat untuk mendapatkan data dalam penelitian. Hasil uji instrumen ini yang nantinya digunakan sebagai dasar menentukan validitas dan reliabilitas instrumen. Instrumen yang digunakan untuk menganalisis data adalah instrumen yang valid dan reliabel.

1. Validitas Penelitian

Validitas berkaitan dengan permasalahan apakah instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur sesuatu tersebut memang dapat mengukur secara tepat sesuatu yang diukur tersebut. Secara singkat dapat dikatakan bahwa validitas alat penelitian memperlakukan apakah

alat tersebut dapat mengukur apa yang akan diukur.⁷² Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan dari butir-butir pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel.

2. Reliabilitas Penelitian

Reliabilitas berkaitan dengan permasalahan apakah instrumen dapat mengukur sesuatu yang diukur secara konsisten dari waktu ke waktu. Kata kunci untuk syarat kualifikasi instrumen adalah konsistensi atau tidak berubah-ubah.⁷³ Suatu instrumen dikatakan reliabel jika instrumen tersebut ketika digunakan untuk mengukur suatu gejala yang sama dalam waktu berbeda menunjukkan hasil yang sama.

G. Teknik Pengolahan Data

Data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini selanjutnya diolah melalui beberapa tahapan sebagai berikut:⁷⁴

1. *Editing*, yaitu memeriksa ulang kemungkinan-kemungkinan adanya kesalahan data yang diperoleh sehingga data menjadi valid dan akurat serta dapat dipertanggung jawabkan.
2. *Coding*, yaitu pemberian kode tertentu guna mempermudah pengolahan data. Kode berupa angka yang berlaku sebagai skala pengukuran (skor).
3. *Tabulating*, yaitu pengelompokkan data ke dalam bentuk tabel secara teliti dan teratur.

⁷² Burhan Nurgiyantoro, *Statistik Terapan untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, Yogyakarta: UGM Univercity Press, 2012, h. 338

⁷³ *Ibid*, h. 341

⁷⁴ Marzuki, *Metodologi Riset*, Yogyakarta: BPFU UII, 2002, h. 79

4. *Analyzing*, yaitu kegiatan membuat analisa data sebagaimana dasar dari penarikan kesimpulan.

H. Uji Prasyarat Analisis

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji untuk mengetahui apakah nilai residual dalam persamaan regresi berdistribusi secara normal atau tidak. Nilai residual dikatakan berdistribusi secara normal jika nilai residual sebagian besar mendekati nilai rata-rata. Dasar pengambilan keputusan dapat dilihat dari nilai probabilitas yang dibandingkan dengan nilai taraf signifikan (α). Normalitas dapat dilihat menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov.⁷⁵ Uji tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan program analisis IBM SPSS Statistik 25.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan uji prasyarat analisis guna mengetahui apakah data berpola linearitas atau tidak. Uji linearitas berkaitan dengan penggunaan regresi linear.⁷⁶ Jika nilai Sig Linearity $> 0,05$ maka data dinyatakan linear.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diperlukan guna mengetahui ada atau tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel

⁷⁵ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015, h. 52

⁷⁶ Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013, h. 278

independen dalam suatu model.⁷⁷ Kemiripan antar variabel akan menyebabkan adanya korelasi yang kuat. Jika VIF yang dihasilkan di antara 1-10 maka dikatakan tidak terjadi multikolinieritas.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika memiliki perbedaan maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara yang biasa digunakan mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan *Rho Spearman's*. Jika nilai Sig < 0,05 maka menunjukkan adanya heteroskedastisitas, sedangkan jika nilai Sig lebih dari atau sama dengan 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.⁷⁸

I. Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi bertujuan untuk menguji pengaruh antar variabel dengan variabel lainnya. Variabel yang dipengaruhi disebut variabel dependen. Sedangkan variabel yang mempengaruhi disebut variabel independen. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan regresi linier berganda. Regresi linier berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel

⁷⁷ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, ... h. 185

⁷⁸ Ali Muhson, *Pedoman Praktikum Aplikasi Komputer Lanjut*, Yogyakarta: FE UNY, 2015, h. 41

dependen dan memiliki lebih dari satu variabel independen. Adapun model dari regresi linier berganda adalah sebagai berikut:⁷⁹

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n$$

Keterangan:

Y	= Variabel dependen (perilaku konsumtif)
X ₁	= Variabel independen (status sosial ekonomi orang tua)
X ₂	= Variabel independen (kelompok pertemanan)
α	= Konstanta
b ₁	= Koefisien regresi 1
b ₂	= Koefisien regresi 2

2. Uji T

Uji T merupakan uji hipotesis untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (secara parsial). Uji T dilakukan menggunakan taraf signifikansi 0,05 dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} . Dasar pengambilan keputusan uji t adalah sebagai berikut:⁸⁰

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Jika nilai Sig < 0,05 maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

⁷⁹ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, ... h. 149

⁸⁰ Abdul Wahid, *Analisis Statistik: 5 Langkah Praktis Statistik dengan SPSS For Windows*, Sidoarjo, Zifatma, 2012, h. 58

- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Jika nilai Sig $> 0,05$ maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3. Uji F

Uji F (uji simultan) digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen secara bersama-sama. Dasar pengambilan keputusan pada uji F adalah jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Sebaliknya jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima.⁸¹

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Nilai R^2 antara 0 – 1. Nilai R square 0,75 menunjukkan model kuat, 0,50 menunjukkan model sedang, dan 0,25 menunjukkan model lemah.⁸² Jika nilai $R^2 = 0$ artinya tidak ada persentase sumbangan pengaruh yang diberikan oleh variabel independen atau variabel independen yang digunakan dalam penelitian tidak menjelaskan sedikitpun terhadap variabel dependen. Jika nilai $R^2 = 1$ maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna atau dengan kata lain variasi variabel independen yang digunakan menjelaskan 100% variasi variabel dependen.

⁸¹ Russeley Inti Dwi Permata dkk, “Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan Musyarakah Terhadap Tingkat Profitabilitas (Return On Equity) Pada Bank Umum Syariah yang Terdaftar di Bank Indonesia”, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 12 No. 1, 2014

⁸² Hengky Latan dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariat Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*, Bandung: Alfabeta, 2013, h. 80

J. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang digunakan untuk mempermudah dalam penyusunan penelitian ini, maka peneliti membagi ke dalam beberapa bab sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, terdapat beberapa pokok pembahasan yang terdiri atas latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian.

BAB II Kajian Pustaka, dalam bagian ini terdiri dari penelitian terdahulu, kajian teori yang berisi teori stratifikasi sosial, teori interaksi sosial, dan teori perilaku konsumen, serta kerangka konsep yang berisi konsep status sosial ekonomi orang tua, konsep kelompok pertemanan, dan konsep perilaku konsumtif, terdapat pula kerangka pikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III Metode Penelitian, bab ini menjelaskan tentang pendekatan dan jenis penelitian, definisi operasional variabel, waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, uji instrumen penelitian, teknik pengolahan data, uji prasyarat analisis, analisis data, dan sistematika penulisan.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, yang terdiri dari gambaran umum lokasi penelitian, karakteristik responden, penyajian data, hasil analisis data, dan pembahasan. Bab ini menunjukkan hasil dari pengujian hipotesis menggunakan data yang diolah sesuai dengan metode yang digunakan. Pada bab ini, data atau informasi yang telah diolah dan dianalisis, kemudian dikaitkan dengan kerangka teori yang telah dipaparkan pada bab II sehingga

jelas bagaimana data hasil penelitian dapat menjawab permasalahan dan tujuan pembahasan dalam kerangka pikir.

BAB V Penutup, pada bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Gambaran Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya merupakan Perguruan Tinggi berbasis Islam di Kalimantan Tengah. Kampus ini beralamat di Jalan George Obos Kompleks Islamic Centre Palangka Raya, Kalimantan Tengah. IAIN Palangka Raya memiliki 4 fakultas Strata 1 (S1) dan 1 Program Pascasarjana (S2) yang terdiri dari 19 program studi S1 dan 4 program studi S2. Program Strata 1 (S1) terdiri dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Fakultas Syariah (FSYA), Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK), dan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD). Pascasarjana IAIN Palangka Raya memiliki empat program studi, yaitu Magister Manajemen Pendidikan Islam (MMPI), Magister Hukum Keluarga (MHK), Magister Ekonomi Syariah (MES), dan Magister Pendidikan Agama Islam (MPAI).

Sebelum bernama IAIN Palangka Raya, kampus ini dulunya merupakan lembaga Fakultas Tarbiyah Al-Jami'ah yang didirikan pada tahun 1972 hingga pada 13 November 1975 fakultas ini terdaftar berdasarkan Surat Keputusan Dirjen Binbaga Islam Depag RI Nomor: Kep/D.V218/1975. Perubahan nama menjadi IAIN Palangka Raya ditandai dengan adanya penandatanganan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 144 Tahun 2014 tentang Perubahan Status Sekolah Tinggi Agama

Islam (STAIN) Palangka Raya menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada hari Jum'at, 17 Oktober 2014.⁸³

a. Visi Kampus

“Menjadi Perguruan Tinggi yang Unggul, Berkarakter Islami Terpercaya di Kawasan Asia pada Tahun 2029”

Tahun 2029 merupakan target terukur pencapaian visi IAIN Palangka Raya bertransformasi menjadi Universitas Islam Negeri Palangka Raya. Tahun 2029 sebagai target batas perubahan status, perbaikan dan peningkatan mutu proses dan *output* yang realistis melalui perbaikan pada seluruh lini kelembagaan. Adapun makna terdepan, unggul, terpercaya, dan berkarakter adalah sebagai berikut:

Terdepan, mengandung harapan agar IAIN Palangka Raya selalu terdepan dalam transformasi keilmuan melalui pendekatan teknologi informasi pada struktur kelembagaan, sumber daya manusia dengan tetap menggali nilai-nilai kearifan lokal dalam menjawab tantangan zaman serta perkembangan teknologi yang semakin cepat.

Unggul, mencerminkan sistem pengelolaan dan tata pamong yang bermutu dan diakui oleh lembaga eksternal bereputasi (BAN-PT, ISO 9001:2015, AUN-QA). Selain itu, dapat dimaknai unggul secara spiritual, intelektual, dan sosial, serta diperhitungkan oleh masyarakat dan komunitas akademik.

⁸³ Profil IAIN Palangka Raya, <https://www.iain-palangkaraya.ac.id/data/profil-kampus/profil/>, diakses pada 18 Desember 2021

Terpercaya, mengandung makna bahwa IAIN Palangka Raya dapat bersinergi dan menjalin kerja sama dengan lembaga di dalam dan luar negeri dengan baik.

Berkarakter, mengandung makna bahwa IAIN Palangka Raya berkomitmen untuk terus menggali, mengaplikasikan, dan menjunjung tinggi nilai-nilai akhlakul karimah seluruh civitas akademika dan masyarakat berdasarkan Al-Qur'an dan Hadis.⁸⁴

b. Misi Kampus

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang unggul dalam berbagai disiplin ilmu keislaman yang terintegrasi dengan kebangsaan, berbasis karakter dan kearifan lokal serta berwawasan global.
- 2) Mengembangkan riset-riset ilmu keislaman yang relevan dengan kebutuhan masyarakat, berdampak kepada pengembangan Islam moderat, kearifan lokal dan kelestarian lingkungan, kepentingan akademisi, dan sosial masyarakat.
- 3) Mengembangkan pola pengabdian masyarakat yang relevan dengan kebutuhan masyarakat, bernuansa Islam moderat dan kelestarian lingkungan.
- 4) Memperluas jaringan kerja sama yang saling menguntungkan dengan lembaga regional, nasional, dan internasional.

⁸⁴ Visi IAIN Palangka Raya, <https://www.iain-palangkaraya.ac.id/data/profil-kampus/visi/>, diakses pada 18 Desember 2021

- 5) Menyelenggarakan manajemen modern dalam memberikan kepuasan kepada civitas akademika dan *stakeholder*.⁸⁵

2. Gambaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya bermula dengan dibukanya program studi Ekonomi Syariah tahun 2006 yang saat itu masih berada di bawah naungan Jurusan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palangka Raya. Program studi Ekonomi Syariah yang menjadi satu-satunya program studi Ekonomi Syariah di Kalimantan Tengah terus bertransformasi seiring dengan peningkatan minat dan perkembangan sumber daya manusia di bidang Ekonomi Syariah.⁸⁶

Harapan terhadap transformasi status kelembagaan STAIN Palangka Raya akhirnya mendapatkan angin segar pada tahun 2014 dengan dikeluarkannya Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 144 Tahun 2014 tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palangka Raya menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada hari Jum'at, 17 Oktober 2014. Terjadi penyesuaian sebagai salah satu konsekuensi dari transformasi tersebut. Upaya dan perjuangan menambah program studi baru serta reformulasi jabatan struktural dan lainnya guna menyambut lembaga baru, yaitu Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.

⁸⁵ Misi IAIN Palangka Raya, <https://www.iain-palangkaraya.ac.id/data/profil-kampus/misi/>, diakses pada 18 Desember 2021

⁸⁶ Pedoman Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya Tahun Akademik 2018, h. 9

Empat bulan setelah perubahan nama menjadi IAIN Palangka Raya, kini program studi Ekonomi Syariah berada di bawah naungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam didirikan berdasarkan Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada hari Kamis, 12 Februari 2015.

Tahun 2015, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya juga memiliki 1 program studi baru, yaitu Perbankan Syariah (proses persiapan akreditasi). Tahun 2017 terjadi restrukturisasi program studi Zakat Wakaf menjadi Manajemen Zakat Wakaf dan berpindah di bawah naungan dari Fakultas Syariah ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Disusul dengan pembukaan program studi Akuntansi Syariah pada tahun 2017, sehingga Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki 4 program studi.⁸⁷

a. Visi Fakultas

Menjadi Pelopor dan Pusat Pengkajian Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam yang berorientasi kepada teknologi informasi untuk kesejahteraan masyarakat dan mampu bersaing pada tingkat Global tahun 2034.⁸⁸

b. Misi Fakultas

⁸⁷ *Ibid*, h. 11

⁸⁸ Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya, https://febi.iain-palangkaraya.ac.id/profil/visi_dan_misi, diakses pada 05 April 2022

- 1) Menyelenggarakan pendidikan berstandar nasional dan internasional yang menghasilkan lulusan yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan yang Maha Esa, serta memiliki moral dan budi pekerti yang luhur, mandiri, profesional, dan berjiwa entrepreneur.
- 2) Menyelenggarakan penelitian berstandar nasional dan internasional yang menciptakan hasil riset bersifat amaliah, bermanfaat bagi masyarakat luas, dan berdasarkan pada nilai kearifan lokal.
- 3) Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat yang berorientasi pada pembangunan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat dan berasaskan pada nilai keadilan dan berkelanjutan.
- 4) Membangun jaringan kerja sama dengan lembaga pendidikan, ekonomi Islam, keuangan syariah, organisasi masyarakat, dan pemerintah baik pada tingkat nasional maupun internasional, yang menjunjung tinggi nilai kemuliaan, sinergisitas, realistis, berkelanjutan, dan mengedepankan kesejahteraan masyarakat.
- 5) Menyelenggarakan tata kelola pendidikan tinggi yang unggul, transparan, dan berkelanjutan.⁸⁹

⁸⁹ Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya, https://febi.iain-palangkaraya.ac.id/profil/visi_dan_misi , diakses pada 05 April 2022

c. Tujuan Pendidikan

- 1) Menghasilkan Sarjana Ekonomi dan Bisnis Islam berkelas nasional yang berkarakter.
- 2) Terwujudnya dan terlaksananya kerjasama lanjutan (implementasi MoU) dalam membumikan ekonomi dan bisnis Islam di tingkat regional dan nasional.
- 3) Terwujudnya kerjasama (MoU) dengan lembaga-lembaga Internasional, baik lembaga pendidikan, keuangan, CSR, riset, maupun organisasi investor Internasional.
- 4) Menghasilkan produk-produk riil di sektor ekonomi dan bisnis Islam melalui riset akademik.
- 5) Terlaksananya bhakti dan abdi kepada masyarakat dan pemerintah baik melalui pemikiran konstruktif maupun aksi riil dalam pembangunan ekonomi nasional yang berkeadilan.⁹⁰

d. Struktur Keilmuan Yang Dikembangkan

Guna menjelaskan ruang lingkup Ekonomi Islam, terlebih dahulu perlu mengetahui posisi ekonomi diantara ilmu lainnya. Secara umum, ilmu terbagi menjadi tiga, yaitu ilmu alam (*natural sciences*), ilmu sosial (*social sciences*), dan ilmu humaniora (*humanities*). Ilmu alam terdiri dari matematika, fisika, ilmu bumi, dan astronomi. Ilmu sosial terdiri dari sosiologi, antropologi, psikologi, pendidikan, ekonomi, dan politik. Sedangkan ilmu humaniora terdiri dari lingkup bahasa, budaya,

⁹⁰ Pedoman Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya Tahun Akademik 2018, h. 14

ilmu bahasa, kesusasteraan, pendidikan, sejarah, ilmu hukum, filsafat, arkeologi, seni, dan ilmu-ilmu sosial yang memiliki sisi humanistik.

Ilmu ekonomi dan bisnis Islam merupakan bagian dari ilmu sosial yang mempelajari masalah ekonomi dan upaya meraih keberuntungan berdasarkan nilai-nilai Islam. Ekonomi syariah atau ekonomi Islam merupakan kumpulan norma hukum bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis yang mengatur perekonomian umat Islam. Ekonomi Islam juga diartikan usaha atau kegiatan yang dilakukan oleh perorangan, kelompok atau badan usaha (berbadan hukum atau tidak berbadan hukum) dalam rangka memenuhi kebutuhan komersial dan tidak komersial berdasarkan prinsip Islam.

Ruang lingkup ekonomi syariah atau ekonomi Islam meliputi aspek *ba'I*, akada-akad jual beli, *syirkah*, *mudharabah*, *murabahah*, *muzara'ah* dan *musaqah*, *khiyar*, *istisna*, *ijarah*, *kafalah*, *hawalah*, *rahn*, *wadi'ah*, *gashb* dan *itlaf*, *wakalah*, *shulhu*, pelepasan hak, *ta'min*, obligasi, pasar modal, reksadana syariah, sertifikasi Bank Indonesia Syariah, pembiayaan multi jasa, *qardh*, pembiayaan rekening koran syariah, dana pensiun syariah, zakat, hibah, dan akuntansi syariah.⁹¹

⁹¹ *Ibid*, h. 17

B. Penyajian Data

1. Karakteristik Responden

a. Berdasarkan Tahun Angkatan

Responden penelitian berdasarkan tahun angkatan dari tahun 2017 – 2019 dengan jumlah keseluruhan sebanyak 93 mahasiswa.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

Tahun Angkatan	Jumlah	Persentase (%)
2017	23	24,74
2018	36	38,70
2019	34	36,56
Total	93	100%

Sumber: dibuat oleh peneliti (2022)

Berdasarkan karakteristik responden pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden dari tahun angkatan 2017 sebanyak 23 mahasiswa dengan jumlah persentase sebesar 24,74%, tahun angkatan 2018 sebanyak 36 mahasiswa dengan jumlah persentase sebesar 38,70%, dan tahun angkatan 2019 sebanyak 34 mahasiswa dengan jumlah persentase sebesar 36,56%.

b. Berdasarkan Program Studi

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi

Program Studi	Jumlah	Persentase (%)
Ekonomi Syariah (ESY)	36	38,70%
Perbankan Syariah (PBS)	23	24,74%
Manajemen Zakat Wakaf (MZAWA)	14	15,06%
Akuntansi Syariah (AKS)	20	21,50%
Total	93	100%

Sumber: dibuat oleh peneliti (2022)

Berdasarkan karakteristik responden pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden dari program studi Ekonomi Syariah

sebanyak 36 mahasiswa dengan jumlah persentase sebesar 38,70%, program studi Perbankan Syariah sebanyak 23 mahasiswa dengan jumlah persentase sebesar 24,74%, program studi Manajemen Zakat Wakaf sebanyak 14 mahasiswa dengan jumlah persentase sebesar 15,06%, dan program studi Akuntansi Syariah sebanyak 20 mahasiswa dengan jumlah persentase sebesar 21,50%. Berdasarkan karakteristik program studi, responden didominasi oleh mahasiswa program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.

c. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-Laki	33	35,50%
Perempuan	60	64,50%
Total	93	100%

Sumber: dibuat oleh peneliti (2022)

Berdasarkan karakteristik responden pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 33 mahasiswa dengan jumlah persentase sebesar 36,56% dan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 60 mahasiswa dengan jumlah persentase sebesar 63,44%. Berdasarkan karakteristik jenis kelamin, responden didominasi mahasiswa dengan jenis kelamin perempuan.

2. Penyajian Data Status Sosial Ekonomi Orang Tua (X_1)

Tabel 4.4
Skala Penilaian Likert

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Sugiyono (2012)

Tabel 4.5
Distribusi Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua (X_1)

No	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	F
1	14	15,1	44	47,3	17	18,3	11	11,8	7	7,5	93	100
2	1	1,1	56	60,2	16	17,2	13	14,0	7	7,5	93	100
3	11	11,8	48	51,6	31	33,3	3	3,2	-	-	93	100
4	1	1,1	55	59,1	33	35,5	4	4,3	-	-	93	100
5	16	17,2	51	54,8	23	24,7	3	3,2	-	-	93	100
6	19	20,4	60	64,5	13	14,0	1	1,1	-	-	93	100

Sumber: hasil output *google form* (2022)

Tabel di atas menunjukkan hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dari 93 responden mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.

- a. Pernyataan 1 (status pekerjaan orang tua saya cukup disegani di lingkungan masyarakat). Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada 93 responden menggunakan bantuan *google form* dan dianalisa diperoleh hasil 14 orang menjawab sangat setuju, 44 orang menjawab setuju, 17 orang menjawab netral, 11 orang menjawab tidak setuju, dan 7 orang menjawab sangat tidak setuju.

- b. Pernyataan 2 (pekerjaan orang tua saya memiliki gaji atau pendapatan yang cukup besar). Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada 93 responden menggunakan bantuan *google form* dan dianalisa diperoleh hasil 1 orang menjawab sangat setuju, 56 orang menjawab setuju, 16 orang menjawab netral, 13 orang menjawab tidak setuju, dan 7 orang menjawab sangat tidak setuju.
- c. Pernyataan 3 (pendapatan orang tua saya lebih dari cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup dan keperluan lainnya). Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada 93 responden menggunakan bantuan *google form* dan dianalisa diperoleh hasil 11 orang menjawab sangat setuju, 48 orang menjawab setuju, 31 orang menjawab netral, 3 orang menjawab tidak setuju, dan tidak yang menjawab sangat tidak setuju.
- d. Pernyataan 4 (pendapatan orang tua saya mempengaruhi besar uang saku yang diberikan kepada saya). Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada 93 responden menggunakan bantuan *google form* dan dianalisa diperoleh hasil 1 orang menjawab sangat setuju, 55 orang menjawab setuju, 33 orang menjawab netral, 4 orang menjawab tidak setuju, dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.
- e. Pernyataan 5 (orang tua saya memiliki tabungan untuk kebutuhan mendadak dan masa depan). Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada 93 responden menggunakan bantuan *google form* dan

dianalisa diperoleh hasil 16 orang menjawab sangat setuju, 51 orang menjawab setuju, 23 orang menjawab netral, 3 orang menjawab tidak setuju, dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

- f. Pernyataan 6 (orang tua memberikan saya fasilitas kendaraan dan alat komunikasi guna menunjang kebutuhan hidup saya). Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada 93 responden menggunakan bantuan *google form* dan dianalisa diperoleh hasil 19 orang menjawab sangat setuju, 60 orang menjawab setuju, 13 orang menjawab netral, 1 orang menjawab tidak setuju, dan tidak yang menjawab sangat tidak setuju.

3. Penyajian Data Kelompok Pertemanan (X_2)

Tabel 4.6
Distribusi Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Variabel Kelompok Pertemanan (X_2)

No	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	F
1	10	10,8	31	33,3	24	25,8	27	29,0	1	1,1	93	100
2	-	-	7	7,5	28	30,1	52	55,9	6	6,5	93	100
3	13	14,0	33	35,5	29	31,2	18	19,4	-	-	93	100
4	50	53,8	30	32,3	12	12,9	1	1,1	-	-	93	100
5	3	3,2	12	12,9	57	61,3	21	22,6	-	-	93	100
6	59	63,4	20	21,5	12	12,9	2	2,2	-	-	93	100

Sumber: hasil output *google form* (2022)

Tabel di atas menunjukkan hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dari 93 responden mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.

- a. Pernyataan 1 (saya cenderung membeli suatu produk jika teman saya juga membeli produk tersebut). Berdasarkan kuesioner yang

- disebarkan kepada 93 responden menggunakan bantuan *google form* dan dianalisa diperoleh hasil 10 orang menjawab sangat setuju, 31 orang menjawab setuju, 24 orang menjawab netral, 27 orang menjawab tidak setuju, dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju.
- b. Pernyataan 2 (saya selalu mengikuti semua gaya hidup teman-teman). Berdasarkan kuesioner yang disebarikan kepada 93 responden menggunakan bantuan *google form* dan dianalisa diperoleh hasil tidak ada yang menjawab sangat setuju, 7 orang menjawab setuju, 28 orang menjawab netral, 52 orang menjawab tidak setuju, dan 6 orang menjawab sangat tidak setuju.
- c. Pernyataan 3 (saya sering pergi nongkrong atau *hangout* bersama teman-teman saat waktu luang). Berdasarkan kuesioner yang disebarikan kepada 93 responden menggunakan bantuan *google form* dan dianalisa diperoleh hasil 13 orang menjawab sangat setuju, 33 orang menjawab setuju, 29 orang menjawab netral, 18 orang menjawab tidak setuju, dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.
- d. Pernyataan 4 (saya dan teman-teman sering menggunakan aplikasi *e-commerce* yang sama untuk membeli suatu produk). Berdasarkan kuesioner yang disebarikan kepada 93 responden menggunakan bantuan *google form* dan dianalisa diperoleh hasil 50 orang menjawab sangat setuju, 30 orang menjawab setuju, 12 orang

menjawab netral, 1 orang menjawab tidak setuju, dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

- e. Pernyataan 5 (saya berusaha kompak dengan teman-teman dalam berbagai hal, seperti *fashion* dan *life style*). Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada 93 responden menggunakan bantuan *google form* dan dianalisa diperoleh hasil 3 orang menjawab sangat setuju, 12 orang menjawab setuju, 57 orang menjawab netral, 21 orang menjawab tidak setuju, dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.
- f. Pernyataan 6 (saya cenderung meminta pendapat teman-teman saat akan melakukan pembelian suatu produk). Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada 93 responden menggunakan bantuan *google form* dan dianalisa diperoleh hasil 59 orang menjawab sangat setuju, 20 orang menjawab setuju, 12 orang menjawab netral, 2 orang menjawab tidak setuju, dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

4. Penyajian Data Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y)

Tabel 4.7
Distribusi Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Variabel Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y)

No	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	F
1	17	18,3	37	39,8	24	25,8	14	15,1	1	1,1	93	100
2	4	4,3	47	50,5	11	11,8	29	31,2	2	2,2	93	100
3	1	1,1	48	51,6	14	15,1	25	26,9	5	5,4	93	100
4	2	2,2	7	7,5	14	15,1	43	46,2	27	29,0	93	100
5	12	12,9	54	58,1	27	29,0	-	-	-	-	93	100
6	8	8,6	49	52,7	27	29,0	9	9,7	-	-	93	100

Sumber: hasil output *google form* (2022)

Tabel di atas menunjukkan hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dari 93 responden mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.

- a. Pernyataan 1 (saya cenderung belanja online karena tergiur dengan promo, seperti diskon, *cash back*, gratis ongkir, dan lain-lain). Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada 93 responden menggunakan bantuan *google form* dan dianalisa diperoleh hasil 17 orang menjawab sangat setuju, 37 orang menjawab setuju, 24 orang menjawab netral, 14 orang menjawab tidak setuju, dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju.
- b. Pernyataan 2 (saya membeli produk atau barang tanpa pertimbangan terlebih dahulu). Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada 93 responden menggunakan bantuan *google form* dan dianalisa diperoleh hasil 4 orang menjawab sangat setuju, 47 orang menjawab setuju, 11 orang menjawab netral, 29 orang menjawab tidak setuju, dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju.
- c. Pernyataan 3 (saya membeli barang yang saya inginkan meskipun belum begitu membutuhkan). Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada 93 responden menggunakan bantuan *google form* dan dianalisa diperoleh hasil 1 orang menjawab sangat setuju, 48 orang menjawab setuju, 14 orang menjawab netral, 25 orang menjawab tidak setuju, dan 5 orang menjawab sangat tidak setuju.

- d. Pernyataan 4 (saya sering menggunakan jasa Grab / Gojek saat saya malas keluar rumah untuk membeli sesuatu). Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada 93 responden menggunakan bantuan *google form* dan dianalisa diperoleh hasil 2 orang menjawab sangat setuju, 7 orang menjawab setuju, 14 orang menjawab netral, 43 orang menjawab tidak setuju, dan 27 orang menjawab sangat tidak setuju.
- e. Pernyataan 5 (saya lebih suka berbelanja di e-commerce karena lebih *up to date*). Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada 93 responden menggunakan bantuan *google form* dan dianalisa diperoleh hasil 12 orang menjawab sangat setuju, 54 orang menjawab setuju, 27 orang menjawab netral, tidak ada yang menjawab tidak setuju, dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.
- f. Pernyataan 6 (saya merasa ada kepuasan tersendiri saat membuka paket belanja sehingga memicu saya untuk terus melakukan pembelian). Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada 93 responden menggunakan bantuan *google form* dan dianalisa diperoleh hasil 8 orang menjawab sangat setuju, 49 orang menjawab setuju, 27 orang menjawab netral, 9 orang menjawab tidak setuju, dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

5. Hasil Analisis Data

a) Uji Validitas dan Reliabilitas

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan dari butir-butir pernyataan dalam mendefinisikan suatu variabel. Dari hasil pernyataan yang disebarkan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya angkatan tahun 2017-2019 dinyatakan valid dengan jumlah responden sebanyak 93 mahasiswa. Nilai r_{tabel} diperoleh dengan $df = n - 2$ sehingga $df = 93 - 2 = 91$, maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,204. Pernyataan-pernyataan pada kuesioner yang telah disebarkan memiliki nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ sehingga dinyatakan valid. Adapun hasil uji validitas yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua

No	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
1	0,947	0,204	Valid
2	0,930	0,204	Valid
3	0,863	0,204	Valid
4	0,807	0,204	Valid
5	0,218	0,204	Valid
6	0,751	0,204	Valid

Sumber: data primer diolah peneliti (2022)

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel Kelompok Pertemanan

No	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
1	0,779	0,204	Valid
2	0,586	0,204	Valid

No	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
3	0,826	0,204	Valid
4	0,744	0,204	Valid
5	0,608	0,204	Valid
6	0,527	0,204	Valid

Sumber: data primer diolah peneliti (2022)

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif Mahasiswa

No	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
1	0,869	0,204	Valid
2	0,892	0,204	Valid
3	0,894	0,204	Valid
4	0,303	0,204	Valid
5	0,818	0,204	Valid
6	0,870	0,204	Valid

Sumber: data primer diolah peneliti (2022)

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian dapat mengukur sesuatu yang diukur secara konsisten dari waktu ke waktu. Adapun hasil uji reliabilitas yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
0,941	18

Sumber: data primer diolah peneliti (2022)

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha*. Jika nilai Alpha $> 0,60$ maka item-item pernyataan dinyatakan reliabel. Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas diatas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,941. Angka 0,941 tersebut lebih besar dari 0,60 sehingga item pernyataan dinyatakan reliabel.



b) Uji Prasyarat Analisis

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual pada persamaan regresi berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dan Probability Plot.

Adapun kriteria dalam uji normalitas adalah jika nilai Sig > 0,05 dinyatakan data berdistribusi normal, sedangkan jika nilai Sig < 0,05 dinyatakan data tidak berdistribusi normal. Adapun hasil uji normalitas yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas *One Sample Kolmogorov-Smirnov*

	Unstandardized Residual
Test Statistic	0,084
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,109

Sumber: data primer diolah peneliti (2022)

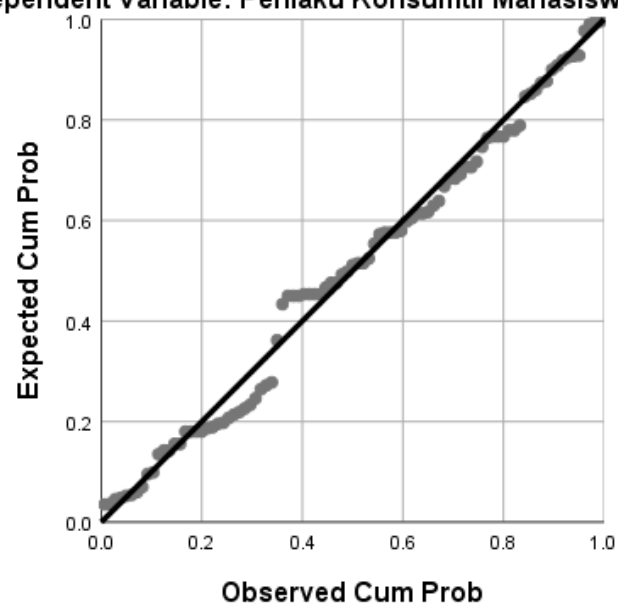
Berdasarkan tabel hasil uji normalitas diatas dapat diketahui bahwa nilai Test Statistic sebesar 0,084 dengan nilai Sig sebesar 0,109 > 0,05 sehingga dalam kriteria uji normalitas dengan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05 maka data tersebut dinyatakan berdistribusi normal.

Uji normalitas Probability Plot menggunakan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a) Jika titik-titik berada di dekat atau mengikuti garis diagonal, maka dinyatakan bahwa data berdistribusi normal.
- b) Jika titik-titik menjauh atau menyebar dan tidak mengikuti garis diagonal, maka dinyatakan bahwa data tidak berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil uji normalitas Probability Plot diperoleh hasil grafik yang menunjukkan titik-titik mengikuti garis diagonal sehingga dinyatakan data berdistribusi normal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: Perilaku Konsumtif Mahasiswa



Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Probability Plot

2) Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah data berpola linear atau tidak. Kriteria dalam uji linearitas adalah jika nilai Sig Linearity $> 0,05$ maka terdapat hubungan linear, sedangkan jika nilai Sig Linearity $< 0,05$ maka tidak terdapat hubungan linear. Adapun hasil uji linearitas yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Linearitas

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Linearity	0,000	1	0,000	0,000	1,000

Sumber: data primer diolah peneliti (2022)

Berdasarkan tabel hasil uji linearitas diatas dapat diketahui bahwa nilai Sig Linearity sebesar $1,000 > 0,05$ sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel independen dan variabel dependen.

3) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel menyebabkan adanya korelasi yang kuat. Jika nilai VIF yang dihasilkan antara 1-10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas. Adapun hasil uji multikolinearitas yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:



Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	VIF
Status Sosial Ekonomi Orang Tua	5,759
Kelompok Pertemanan	5,759

Sumber: data primer diolah peneliti (2022)

Berdasarkan tabel hasil uji multikolinearitas diatas dapat diketahui bahwa nilai VIF dari variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua (X_1) dan variabel Kelompok Pertemanan (X_2) sebesar $5,759 < 10$ sehingga dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

4) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat heteroskedastisitas atau tidak. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun hasil uji heteroskedastisitas yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Heteroskedastisitas

	Sig. (2-tailed)
Status Sosial Ekonomi Orang Tua	0,705
Kelompok Pertemanan	0,931

Sumber: data primer diolah peneliti (2022)

Berdasarkan tabel hasil uji heteroskedastisitas diatas dapat diketahui bahwa nilai Sig pada variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua (X_1) sebesar $0,705 > 0,05$ dan nilai Sig pada variabel Kelompok Pertemanan (X_2) sebesar $0,931 > 0,05$ sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa data tidak terjadi heteroskedastisitas.



c) Uji Analisis Data

1) Analisis Regresi Linier Berganda

Peneliti menggunakan bantuan program IBM SPSS 25 untuk melakukan analisis regresi linier berganda guna mengetahui pengaruh variabel bebas yang terdiri dari status sosial ekonomi orang tua dan kelompok pertemanan terhadap variabel terikat, yaitu perilaku konsumtif mahasiswa. Adapun model dalam persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n$$

Tabel 4.16
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	B
(Constant)	-4,119
Status Sosial Ekonomi Orang Tua	0,419
Kelompok Pertemanan	0,690

Sumber: data primer diolah peneliti (2022)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui hasil regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = -4,119 + 0,419X_1 + 0,690X_2$$

Keterangan:

Konstanta (α) = -4,119 menyatakan bahwa tanpa adanya status sosial ekonomi orang tua dan kelompok pertemanan maka besaran nilai perilaku konsumtif mahasiswa sebesar -4,119.

Koefisien X_1 (b_1) = 0,419 menyatakan bahwa jika variabel independen lain nilainya tetap, maka variabel status sosial ekonomi orang tua mengalami kenaikan sebesar 0,419.

Koefisien X_2 (b_2) = 0,690 menyatakan bahwa jika variabel independen lain nilainya tetap, maka variabel kelompok pertemanan mengalami kenaikan sebesar 0,690.

2) Uji T

Uji T (parsial) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel status sosial ekonomi orang tua dan kelompok pertemanan secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Uji T dilakukan menggunakan taraf signifikansi 5% dan 2 sisi. Uji T dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} . Adapun hasil uji T yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 4.17
Hasil Uji T (Parsial)

Variabel	t	Sig.
Status Sosial Ekonomi Orang Tua	3,736	0,000
Kelompok Pertemanan	5,682	0,000

Sumber: data primer diolah peneliti (2022)

Berdasarkan tabel hasil uji T diatas dapat diketahui sebagai berikut:

- a) Uji hipotesis 1 : status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

H_1 : Status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

H_0 : Status sosial ekonomi orang tua tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

T_{hitung} diperoleh nilai sebesar 3,736 dengan nilai Sig sebesar 0,000. T_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik dengan tingkat signifikansi 0,05 dengan $df = n - 2$ atau $93 - 2 = 91$ sehingga diperoleh T_{tabel} sebesar 1,662. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_1 ditolak dan H_0 diterima.

Berdasarkan nilai Signifikansi:

Jika $Sig < 0,05$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Jika $Sig > 0,05$ maka H_1 ditolak dan H_0 diterima.

Keputusan:

Nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($3,736 > 1,662$) artinya H_1 diterima dan nilai $Sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$) artinya H_1 diterima, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa status sosial ekonomi orang tua berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.

- b) Uji hipotesis 2 : kelompok pertemanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

H_2 : Kelompok pertemanan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

H_0 : Kelompok pertemanan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

T_{hitung} diperoleh nilai sebesar 5,682 dengan nilai Sig sebesar 0,000. T_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik dengan tingkat signifikansi 0,05 dengan $df = n - 2$ atau $93 - 2 = 91$ sehingga diperoleh T_{tabel} sebesar 1,662. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_2 diterima dan H_0 ditolak.

Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_2 ditolak dan H_0 diterima

Berdasarkan nilai Signifikansi:

Jika Sig $< 0,05$ maka H_2 diterima dan H_0 ditolak.

Jika Sig $> 0,05$ maka H_2 ditolak dan H_0 diterima.

Keputusan:

Nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($5,682 > 1,662$) artinya H_2 diterima dan nilai Sig $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) artinya H_2 diterima, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kelompok pertemanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.

3) Uji F

Uji F (simultan) bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel status sosial ekonomi orang tua dan kelompok pertemanan secara bersama-sama terhadap variabel perilaku konsumtif mahasiswa. Dasar pengambilan keputusan dalam uji F adalah jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Sebaliknya, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Adapun hasil uji F (simultan) yang dilakukan peneliti menggunakan program SPSS 25 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.18
Hasil Uji F (Simultan)

	F	Sig
Regression	244,287	0,000

Sumber: data primer diolah peneliti (2022)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 244,287 dengan nilai Sig sebesar 0,000. F_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik pada tingkat signifikansi 0,05 dengan $df = n - k$ atau $93 - 2 = 91$ sehingga diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,10. Dasar pengambilan keputusan pada uji F adalah sebagai berikut:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hipotesis diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka hipotesis ditolak.

Keputusan:

Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($244,287 > 3,10$) dan nilai $Sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka hipotesis diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa status sosial ekonomi orang tua dan kelompok

pertemanan bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.

4) Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Nilai R^2 antara 0-1. Nilai R Square 0,75 menunjukkan model kuat, nilai 0,50 menunjukkan model sedang, dan nilai 0,25 menunjukkan model lemah. Jika nilai $R^2 = 0$ maka tidak ada persentase sumbangan pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil uji koefisien yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 4.19
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,919	0,844	0,841	1,660

Sumber: data primer diolah peneliti (2022)

Berdasarkan tabel hasil uji koefisien determinasi (R^2) diatas dapat diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,844 sehingga dapat diartikan bahwa persentase variabel status sosial ekonomi orang tua dan kelompok pertemanan berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif sebesar 84,4% dan sisanya sebesar 15,6% dipengaruhi oleh variabel lain.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya

Setiap individu memiliki status sosial ekonomi yang berbeda di dalam lingkungan masyarakatnya. Pada umumnya, status sosial ekonomi terbagi menjadi tiga, yaitu status ekonomi tinggi, status ekonomi sedang, dan status ekonomi rendah. Status sosial ekonomi orang tua merupakan tinggi rendahnya kedudukan orang tua dalam lingkungan masyarakat berdasarkan kriteria ekonomi, pekerjaan, serta jabatan sosial. Status sosial ekonomi orang tua juga disertai dengan kemampuan orang tua dalam melakukan pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari sebagai bentuk tanggung jawab kepada keluarga.

Status sosial ekonomi orang tua dalam penelitian ini diukur berdasarkan tiga indikator, yaitu pekerjaan, pendapatan, dan pemilikan harta benda. Dari ketiga indikator tersebut dikembangkan menjadi 6 butir pernyataan.

Pada penelitian ini, besar pengaruh variabel status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($3,736 > 1,662$) dengan nilai Signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa variabel status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Pada variabel status sosial ekonomi orang tua item kuesioner sebanyak 6 butir pernyataan mengenai indikator pekerjaan, pendapatan, dan kepemilikan harta benda. Pernyataan nomor 1 dan 2 mewakili indikator pekerjaan orang tua. Pada butir pernyataan nomor 1 “status pekerjaan orang tua saya disegani di lingkungan masyarakat” sebanyak 44 responden (47,32%) menjawab Setuju. Pada butir pernyataan nomor 2 “pekerjaan orang tua saya memiliki gaji atau pendapatan yang cukup besar” sebanyak 56 responden (60,21%) menjawab Setuju. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata pekerjaan orang tua dari responden memiliki pendapatan yang cukup besar dan cukup dipandang di lingkungan tempat tinggalnya sehingga dapat dikatakan berada dalam tingkat ekonomi yang baik.

Pernyataan nomor 3 dan 4 mewakili indikator pendapatan orang tua. Pada butir pernyataan nomor 3 “pendapatan orang tua saya lebih dari cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari” sebanyak 48 responden (51,62%) menjawab Setuju. Pada butir pernyataan nomor 4 “pendapatan yang diperoleh orang tua saya mempengaruhi besar uang saku yang diberikan kepada saya” sebanyak 55 responden (59,13%) menjawab Setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan rata-rata dari orang tua responden lebih dari cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Dari pendapatan tersebut kemudian berpengaruh pada uang saku yang diberikan kepada responden. Hal ini sejalan dengan butir

pernyataan nomor 1 dan 2 yang menunjukkan bahwa orang tua responden dalam keadaan ekonomi yang baik.

Pernyataan nomor 5 dan 6 mewakili indikator kepemilikan harta benda. Pada butir pernyataan nomor 5 “orang tua saya memiliki tabungan untuk kebutuhan mendadak dan masa depan” sebanyak 51 responden (47,43%) menjawab Setuju. Pada butir pernyataan nomor 6 “orang tua memberikan saya fasilitas kendaraan dan alat komunikasi guna menunjang kebutuhan hidup saya” sebanyak 60 responden (64,51%) menjawab Setuju. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata orang tua dari responden sudah menyiapkan tabungan untuk masa depan. Orang tua juga memfasilitasi anak dengan kendaraan dan *gadget* atau handphone untuk menunjang kebutuhan hidup.

Penelitian ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Ujang Sumarwan dalam buku yang berjudul *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* dipaparkan bahwa status sosial atau kelas sosial merupakan pembagian masyarakat ke dalam kelas atau strata yang berbeda. Perbedaan kelas atau strata akan menggambarkan perbedaan pekerjaan, pendapatan, dan kepemilikan harta benda. Perbedaan tersebut juga dapat mempengaruhi perilaku konsumsi dari suatu keluarga.⁹²

⁹² Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, ...
, h. 265

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Octafinna (2018)⁹³ yang menyatakan bahwa variabel status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi status sosial ekonomi di suatu keluarga maka akan semakin tinggi juga perilaku konsumtifnya.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Munawaroh (2019)⁹⁴ yang menyatakan bahwa variabel status sosial ekonomi keluarga berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif untuk produk fashion pada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Tulungagung.

Selain itu, penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Akhidah (2021)⁹⁵ yang menyatakan bahwa variabel status sosial ekonomi orang tua berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya. Hal

⁹³ Dinda Dwi Octafinna, *“Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Persahabatan, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi (Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan Tahun 2014-2016)”*, Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018, h. 75

⁹⁴ Vina Alfiatul Munawaroh, *“Pengaruh Status Sosial Ekonomi Keluarga, Kelompok Teman Sebaya, dan Budaya Konsumen Terhadap Perilaku Konsumtif Untuk Produk Fashion Pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Tulungagung”*, Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2019, h. 81

⁹⁵ Linafsihi Kholifatun Akhidah, *“Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2017 IAIN Ponorogo)”*, Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021, h. 59

ini dapat terlihat dari hasil di lapangan masih banyak mahasiswa yang meminta uang kepada orang tua untuk kepentingan di luar perkuliahan.

2. Pengaruh Kelompok Pertemanan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya

Kelompok pertemanan merupakan sekelompok individu yang melakukan interaksi dan terdapat kecenderungan untuk saling meniru. Individu dalam suatu kelompok pertemanan sering kali mendapatkan pengaruh dalam pengambilan keputusan dari teman dalam kelompoknya. Salah satu fungsi terpenting dalam kelompok pertemanan adalah sumber informasi dan komparasi tentang dunia di luar keluarga.

Kelompok pertemanan dalam penelitian ini diukur berdasarkan tiga indikator, yaitu keinginan meniru, bergabung untuk menghindari konflik, dan menjadi pengikut. Dari ketiga indikator tersebut dikembangkan menjadi 6 butir pernyataan.

Pada penelitian ini, besar pengaruh kelompok pertemanan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($5,682 > 1,662$) dengan nilai Signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa variabel kelompok pertemanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Pada variabel kelompok pertemanan item kuesioner sebanyak 6 butir pernyataan mengenai indikator keinginan meniru, bergabung untuk menghindari konflik, dan menjadi pengikut. Pernyataan nomor 1 dan 2

mewakili indikator keinginan meniru. Pada butir pernyataan nomor 1 “saya cenderung membeli suatu produk jika teman saya juga membeli produk tersebut” sebanyak 31 responden (33,33%) menjawab Setuju. Pada butir pernyataan nomor 2 “saya selalu mengikuti semua gaya hidup teman-teman” sebanyak 52 responden (55,92%) menjawab Tidak Setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung membeli suatu produk jika teman di dalam kelompoknya juga membeli produk tersebut. Akan tetapi, tidak semua gaya hidup dalam kelompok pertemanannya diikuti oleh responden.

Pernyataan nomor 3 dan 4 mewakili indikator bergabung untuk menghindari konflik. Pada butir pernyataan nomor 3 “saya sering pergi nongkrong atau *hangout* bersama teman-teman saat waktu luang” sebanyak 33 responden (35,49%) menjawab Setuju. Pada butir pernyataan nomor 4 “saya dan teman-teman sering menggunakan aplikasi *e-commerce* yang sama untuk membeli suatu produk” sebanyak 50 responden (53,76%) menjawab Sangat Setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden memanfaatkan waktu luang dengan nongkrong atau *hangout* bersama teman-temannya. Responden dan teman-temannya sering menggunakan aplikasi *e-commerce* yang sama saat membeli suatu produk. Salah satu aplikasi *e-commerce* yang sering digunakan oleh mahasiswa untuk membeli produk adalah Shopee.

Pernyataan nomor 5 dan 6 mewakili indikator menjadi pengikut. Pada butir pernyataan nomor 5 “saya berusaha kompak dengan teman-

teman dalam berbagai hal, seperti *fashion* dan *life style*” sebanyak 57 responden (61,30%) menjawab Netral. Pada butir pernyataan nomor 6 “saya cenderung meminta pendapat teman-teman saat akan melakukan pembelian suatu produk” sebanyak 59 responden (63,45%) menjawab Sangat Setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden tidak selalu kompak dengan teman-temannya dalam berbagai hal. Ada kalanya responden akan kompak dengan teman-teman kelompoknya. Akan tetapi, dalam hal pembelian suatu produk, responden cenderung selalu bertanya terlebih dahulu dengan teman-temannya. Saran dan selera teman-temannya dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk membeli produk tersebut.

Penelitian ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Moch. Zulkifli Mahmud dalam penelitiannya berjudul Pengaruh Kelompok Persahabatan dan Kelompok Dunia Maya terhadap Keputusan Pembelian dipaparkan bahwa kelompok persahabatan dapat menjadi pemberi pengaruh dalam hal sikap, selera, dan proses pengambilan keputusan saat individu ingin melakukan suatu pembelian.⁹⁶

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Nailatul Hidayah dan Prasetyo Ari Bowo (2018)⁹⁷ yang menyatakan bahwa variabel lingkungan teman sebaya memberikan pengaruh positif dan

⁹⁶ Moch. Zulkifli Machmud dkk, “Pengaruh Kelompok Persahabatan dan Kelompok Dunia Maya terhadap Keputusan Pembelian”, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 47 No. 2, 2017, h. 182

⁹⁷ Nailatul Hidayah dan Prasetyo Ari Wibowo, “Pengaruh Uang Saku, Locus of Control, dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif”, Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol. 7 No. 3, 2018, h. 1037

signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Fitriani (2020)⁹⁸ yang menyatakan bahwa variabel lingkungan teman sebaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Saat melakukan interaksi dengan teman sebayanya sedikit banyak berpengaruh pada perilaku konsumtif individu. Lingkungan pertemanan memiliki peran penting dalam mengajarkan dan menyesuaikan diri dengan orang lain. Selain itu, kelompok pertemanan juga menjadi wadah dalam mengajarkan mobilitas sosial.

Selain itu, penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Nahda Dahlan (2020)⁹⁹ yang menyatakan bahwa variabel kelompok teman sebaya memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Makassar.

Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa kelompok pertemanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya. Hal ini dapat terlihat dari hasil di lapangan bahwa banyak mahasiswa ketika

⁹⁸ Fitriani, "Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Kontrol Diri Siswa SMA di YLPI Pekanbaru", Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro, Vol. 8 No. 1, 2020, h. 6

⁹⁹ Nahda Dahlan, "Pengaruh Media Sosial Instagram, Kelompok Teman Sebaya, dan Lifestyle terhadap Berperilaku Konsumtif pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Makassar", Samata: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2020, h. 72

berkumpul atau *hangout* dengan teman-temannya tidak menyadari bahwa mereka mengonsumsi berlebihan.

3. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok Pertemanan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya

Perilaku konsumtif merupakan tindakan individu sebagai konsumen dalam penggunaan dan pembelian produk secara berlebihan dan kurang bermanfaat. Penggunaan dan pembelian produk tersebut tidak berdasarkan kebutuhan. Kepuasan pribadi dan mempertahankan status sosial dalam lingkungan menjadi alasan utama pembelian produk tersebut.

Perilaku konsumtif dalam penelitian ini diukur berdasarkan tiga indikator, yaitu pembelian impulsif, pemborosan, dan mencari kesenangan. Dari ketiga indikator tersebut dikembangkan menjadi 6 butir pernyataan.

Hasil uji F (simultan) pada penelitian ini menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 244,287 dengan nilai Signifikansi 0,000. Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($244,287 > 3,10$) dan nilai $Sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$) menunjukkan bahwa status sosial ekonomi orang tua dan kelompok pertemanan bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.

Pada variabel perilaku konsumtif item kuesioner sebanyak 6 butir pernyataan mengenai indikator pembelian impulsif, pemborosan, dan

mencari kesenangan. Pernyataan nomor 1 dan 2 mewakili indikator pembelian impulsif. Pada butir pernyataan nomor 1 “saya cenderung belanja *online* karena tergiur dengan promo, seperti diskon, *cash back*, gratis ongkir, dan lain-lain” sebanyak 37 responden (39,79%) menjawab Setuju. Pada butir pernyataan nomor 2 “saya membeli produk atau barang tanpa pertimbangan terlebih dahulu” sebanyak 47 responden (50,54%) menjawab Setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden sering kali tiba-tiba melakukan pembelian terhadap suatu produk dikarenakan berbagai promo yang menggiurkan. Pembelian yang secara tiba-tiba tersebut seringkali dilakukan tanpa pertimbangan terlebih dahulu.

Pernyataan nomor 3 dan 4 mewakili indikator pemborosan. Pada butir pernyataan nomor 3 “saya membeli barang yang saya inginkan meskipun belum begitu membutuhkan” sebanyak 48 responden (51,62%) menjawab Setuju. Pernyataan nomor 4 “saya sering menggunakan jasa Grab/Gojek saat bepergian atau malas keluar rumah untuk membeli sesuatu” sebanyak 43 responden (46,24%) menjawab Tidak Setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden tetap melakukan pembelian terhadap suatu produk atau barang meskipun belum begitu membutuhkan. Responden tidak selalu menggunakan jasa Grab/Gojek untuk bepergian atau membeli sesuatu. Responden cenderung menggunakan fasilitas kendaraan yang dimiliki.

Pernyataan nomor 5 dan 6 mewakili indikator mencari kesenangan. Pada butir pernyataan nomor 5 “saya lebih suka berbelanja di *e-commerce* karena lebih *up to date*” sebanyak 54 responden (58,07%) menjawab Setuju. Pada butir pernyataan nomor 6 “saya merasa ada kepuasan tersendiri saat membuka paket belanja sehingga memicu saya untuk terus melakukan pembelian” sebanyak 49 responden (52,68%) menjawab Setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih menyukai berbelanja pada aplikasi *e-commerce* dikarenakan barang-barang yang ditawarkan pada aplikasi *e-commerce* tersebut lebih *up to date* atau terbaru. Salah satu aplikasi *e-commerce* yang banyak digunakan adalah Shopee. Merasa puas saat membuka paket belanjaan dengan kualitas yang baik memicu responden untuk melakukan pembelian berulang pada toko *e-commerce* tersebut. Bahkan, sering kali merekomendasikan kepada keluarga ataupun teman untuk ikut membeli pada toko *e-commerce* tersebut.

Penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Djameluddin Ancok dalam bukunya yang berjudul Nuansa Psikologi Pembangunan menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan sikap masyarakat yang menjadi masyarakat pembuang produk, di mana masyarakat cenderung suka berganti-ganti produk. Perilaku konsumtif merupakan kegiatan konsumsi produk secara berlebihan dan mencapai kepuasan individu. Pembelian produk tersebut bukan didasarkan atas

kebutuhan. Dengan kepuasan yang diperoleh tersebut, individu yang bersifat konsumtif merasa lebih baik dan berbeda dari lainnya.¹⁰⁰

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Octafinna (2018)¹⁰¹ yang menyatakan bahwa variabel status sosial ekonomi orang tua, kelompok persahabatan, dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi status sosial ekonomi orang tua, kelompok persahabatan, dan gaya hidup akan membuat perilaku konsumtif mahasiswa semakin tinggi.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Munawaroh (2019)¹⁰² yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh status sosial ekonomi keluarga, kelompok teman sebaya, dan budaya konsumen pada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah.

Selain itu, penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Akhidah (2021)¹⁰³ yang menyatakan bahwa variabel status sosial ekonomi orang tua dan kelompok teman sebaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pada mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2017 IAIN Ponorogo.

¹⁰⁰ Djamaludin Ancok, *Nuansa Psikologi Pembangunan (Cetakan Pertama)*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995, h. 60

¹⁰¹ Dinda Dwi Octafinna, *“Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Persahabatan, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan Tahun 2014-2016)”*, ... , h. 75

¹⁰² Vina Alfiatul Munawaroh, *“Pengaruh Status Sosial Ekonomi Keluarga, Kelompok Teman Sebaya, dan Budaya Konsumen Terhadap Perilaku Konsumtif Untuk Produk Fashion Pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Tulungagung”*, Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2019, h. 83

¹⁰³ Linafsihi Kholifatun Akhidah, *“Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2017 IAIN Ponorogo)”*, ... , h. 62

Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa status sosial ekonomi orang tua dan kelompok pertemanan berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diinterpretasikan dalam pembahasan mengenai pengaruh status sosial ekonomi orang tua dan kelompok pertemanan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel status sosial ekonomi orang tua secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya angkatan tahun 2017-2019. Hal ini dapat terlihat dari hasil di lapangan masih banyak mahasiswa yang meminta uang kepada orang tua untuk kepentingan di luar perkuliahan.
2. Variabel kelompok pertemanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya angkatan tahun 2017-2019. Hal ini dapat terlihat dari hasil di lapangan bahwa banyak mahasiswa ketika berkumpul atau *hangout* dengan teman-temannya tidak menyadari bahwa mereka mengonsumsi berlebihan.
3. Variabel status sosial ekonomi orang tua dan kelompok pertemanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya angkatan tahun 2017-2019.



B. Saran

1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa sebaiknya dapat menjadi konsumen yang bijak dan cerdas dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan, jangan mudah terpicat dengan promo dan diskon yang gencar ditawarkan oleh penjual, pertimbangkan terlebih dahulu sebelum membeli suatu produk atau barang agar tidak terjebak dalam pembelian impulsif.

2. Bagi Orang Tua atau Masyarakat

Bagi orang tua diharapkan dapat lebih mengontrol perilaku konsumsi yang dilakukan oleh anaknya. Orang tua sebaiknya memberikan nasihat kepada anaknya yang terlalu melakukan pemborosan atau berperilaku konsumtif.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dengan judul terkait sekiranya dapat menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif agar dapat menambah keakuratan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Amirullah. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga. 2002.
- Ancok, Djamaluddin. *Nuansa Psikologi Pembangunan (Cetakan Pertama)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 1995.
- Bugin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya (Edisi Pertama)*. Jakarta: Kencana. 2006.
- Damsar. *Pengantar Sosiologi Konflik*. Jakarta: Fajar Interpratama Offset. 2010.
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (Edisi Ke-3)*. Jakarta: Balai Pustaka. 2004.
- Engel, James F. *Perilaku Konsumen (Edisi 6 Jilid 1)*. Jakarta: Binarupa Aksara. 1994.
- Ibrahim, Andi dkk. *Metodologi Penelitian (Cetakan 1)*. Makassar: Gunadarma Ilmu. 2018.
- Jones, Pip. *Pengantar Teori-Teori Sosial dari Teori Fungsionalisme Hingga Post-Modern*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia. 2010.
- Kartolo, Kartini. *Peranan Keluarga Memandu Anak*. Jakarta: Rajawali Pers. 1982.
- Kasmadi dan Nia Siti Sunariah. *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta. 2014.
- Latan, Hengky dan Selva Temalagi. *Analisis Multivariient Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*. Bandung: Alfabeta. 2013.
- Martin, Garry dan Joseph Pear. *Modifikasi Perilaku*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2015.
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012.
- Marzuki. *Metodologi Riset*. Yogyakarta: BPF UII. 2002.
- Misbahuddin dan Iqbal Hasan. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara. 2013.

- Muhson, Ali. *Pedoman Praktikum Aplikasi Komputer Lanjut*. Yogyakarta: FE UNY. 2015.
- Mushaf Al-Mumayyaz. Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2014.
- Nawawi, Hadari. *Administrasi Pendidikan*. Jakarta: CV. Haji Masagung. 1987.
- Nurgiyantoro, Burhan. *Statistik Terapan untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*. Yogyakarta: UGM Univercity Press. 2012.
- Pedoman Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya Tahun Akademik 2018.
- Poerwadarminta, W.J.S. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. 1982.
- Polak, Mayor. *Sosiologi Suatu Pengantar Ringkas*. Jakarta: PT. Ikhtisar Baru. 1979.
- Purwanto. *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi dan Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Belajar. 2012.
- Qardawi, Yusuf. *Pesan Nilai Moral dalam Perekonomian Islam*. Jakarta: Rabbani Pers. 1995.
- Rahardjo, Muarti B. *Wawasan Buruh Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. 1986.
- Raucek, Joseph dan Rolland Warren. *Pengantar Sosiologi (Terjemahan Sahal Simamura)*. Jakarta: Bina Aksara. 1984.
- Riduwan dan Sunarto. *Pengantar Statistika untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi, dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta. 2007.
- Ritonga, M.T. *Pengetahuan Sosial Ekonomi*. Jakarta: Erlangga. 2000.
- Sadikin, Ali dkk. *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. Yogyakarta: K-Media. 2020.
- Santosa, Slamet. *Dinamika Kelompok Sosial*. Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2004.
- _____. *Dinamika Kelompok*. Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2006.
- Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk. *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh (Penerjemah: Zoelkifli Kasip)*. Jakarta: PT. Indeks. 2009.
- Setiadi, Elly M. dan Usman Kolip. *Pengantar Sosiologi: Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup. 2011.

- Soekanto, Soerjono. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Yayasan Penerbit Universitas Indonesia. 1974.
- _____. *Sosiologi Suatu Pengantar (Cetakan Ke-7)*. Jakarta: CV. Rajawali. 1986.
- _____. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 1990.
- _____. *Kamus Sosiologi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 1993.
- _____. *Sosiologi Suatu Pengantar (Cetakan Ke-30)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2000.
- _____. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2006.
- Soeroto. *Strategi Pembangunan dan Perencanaan Kesempatan Kerja*. Yogyakarta: BPFE Pers. 1986.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- _____. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sujarweni, V. Wiratna. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. 2015.
- Sumartono. *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta. 2002.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia. 2003.
- Sunyoto, Danang. *Perilaku Konsumen Panduan Riset Sederhana untuk Menggali Konsumen*. Yogyakarta: CAPS. 2013.
- Swastha, Basu dan T. Hani Handoko. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen (Edisi Pertama)*. Yogyakarta: BPFE. 2000.
- Wahid, Abdul. *Analisis Statistik: 5 Langkah Praktis Statistik dengan SPSS For Windows*. Sidoarjo: Zifatma. 2012.
- Zaini, Syahmin. *Prinsip-Prinsip Dasar Konsepsi*. Jakarta: Kalam Mulia. 1986.

B. Jurnal dan Artikel

Fauzziyah, Nurul dan Sri Widayati. *Pengaruh Besaran Uang Saku dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas Ivet*. *Jurnal of Economic Education and Entrepreneurship*, Vol. 1, No. 1, 2020.

Fitriani. *Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Kontrol Diri Siswa di SMA YLPI Pekanbaru*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, Vol. 8, No. 1, 2020.

Hidayah, Nailatul dan Prasetyo Ari Bowo. *Pengaruh Uang Saku, Locus of Control, dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 7, No. 3, 2018.

Machmud, Moch. Zulkifli dkk. *Pengaruh Kelompok Persahabatan dan Kelompok Dunia Maya terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 47, No. 2, 2017.

Permata, Russeley Inti Dwi dkk. *Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan Musyarakah Terhadap Tingkat Profitabilitas (Return On Equity) Pada Bank Umum Syariah yang Terdaftar di Bank Indonesia*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 12, No. 1, 2014.

C. Skripsi

Akhidah, Linafsihi Kholifatun. *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2017 IAIN Ponorogo*. Skripsi. 2021.

Dahlan, Nahda. *Pengaruh Media Sosial Instagram, Kelompok Teman Sebaya, dan Lifestyle Terhadap Berperilaku Konsumtif pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Makassar*. Skripsi. 2020.

Munawaroh, Vina Alfiatul. *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Keluarga, Kelompok Teman Sebaya, dan Budaya Konsumen Terhadap Perilaku Konsumtif Untuk Produk Fashion Pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Tulungagung*. Skripsi. 2019.

Octafinna, Dinda Dwi. *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Persahabatan, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan Tahun 2014 – 2016)*. Skripsi. 2018.

Setianingsih, Sri Astuti. *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto)*. Skripsi. 2018.

