

**PENGARUH LITERASI EKONOMI, KONFORMITAS TEMAN SEBAYA,  
DAN MODERINTAS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
MAHASISWA IAIN PONOROGO**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**RISKA APRILYA AGUSTIN**

**NIM. 210717133**

**Pembimbing:**

**IKA SUSILAWATI, M.M.**

**NIP. 19790614200912005**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

**2021**

## ABSTRAK

**Agustin, Riska Aprilya.** *Pengaruh Literasi Ekonomi, Konformitas Teman Sebaya Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAIN Ponorogo.* Skripsi. 2021. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Ika Susilawati, M.M.

**Kata Kunci:** Literasi Ekonomi, Konformitas Teman Sebaya, Modernitas, Perilaku Konsumtif.

Kebanyakan orang mengonsumsi sesuatu bukan dari segi fungsionalnya, melainkan dari keadaan sosial yang berkembang (*trend*) yang sedang berkembang. Hal inilah yang bisa menyebabkan perilaku konsumtif. Berdasarkan observasi awal, menunjukkan bahwa mahasiswa IAIN Ponorogo memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif. Terbukti adanya 6 mahasiswa berperilaku konsumtif tinggi dan 8 mahasiswa berperilaku konsumtif tingkat sedang. Tingkat literasi ekonomi mahasiswa berpengaruh pada perilaku konsumtif mahasiswa, hal ini literasi ekonomi dapat menjadi pedoman dalam menentukan skala prioritas, tetapi pada mahasiswa IAIN Ponorogo kebanyakan membelanjakan pendapatannya untuk membeli makanan/minuman, *fashion*, pulsa/paket data, dan *skincare*. Selain itu, konformitas teman sebaya mahasiswa juga berpengaruh tingkat konformitas mahasiswa tinggi pada menerima saran dari teman ketika berbelanja sehingga tidak berbelanja sesuai dengan skala prioritas yang telah disusun. Modernitas juga berpengaruh pada tingkat perilaku konsumtif mahasiswa, mahasiswa Ponorogo kebanyakan berbelanja menurut mereka menarik dan cenderung impulsif dalam berbelanja, mereka berbelanja barang yang kemungkinan dirasa akan berguna kelak, hal ini akan juga menimbulkan perilaku konsumtif karena tidak memprioritaskan kebutuhan saat ini. Subjek dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa aktif jenjang S1 IAIN Ponorogo, dengan sampel 99 mahasiswa S1 semua jurusan.

Tujuan pada penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa IAIN Ponorogo. (2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa IAIN Ponorogo. (3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh modernitas terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa IAIN Ponorogo. (4) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi ekonomi, konformitas teman sebaya, dan modernitas terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa IAIN Ponorogo.

Dari penelitian ini, diperoleh hasil sebagai berikut: (1) Literasi ekonomi berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo, (2) Konformitas teman sebaya berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo, (3) Modernitas berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo, (4) Literasi ekonomi, konformitas teman sebaya, dan modernitas berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

**LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini, menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO.	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1.	Riska Aprilia Agustin	210717133	Ekonomi Syariah	Pengaruh Literasi Ekonomi, Konformitas Teman Sebaya, Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Iain Ponorogo

Telah selesai melaksanakan bimbingan dan telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian skripsi.

Ponorogo, 20 April 2021

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dr. Lukur Prasetyo, S.Ag., M.E.I  
NIP. 197801122006041002

Menyetujui,  
Pembimbing

Ika Susilawati, M.M.  
Nip. 19790614200912005



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**  
NASKAH SKRIPSI BERIKUT INI:

Judul : Pengaruh Literasi Ekonomi, Konformitas Teman Sebaya, Dan  
Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAIN  
Ponorogo.  
Nama : Riska Aprilya Agustin  
NIM : 210717133  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu  
syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah.

**DEWAN PENGUJI:**

Ketua Sidang :  
Dr. Aji Damanuri, M.E.I.  
NIP. 197506022002121003

Penguji I :  
Dr. Luhur Prasetyo, M.E.I.  
NIP. 197801122006041002

Penguji II :  
Ika Susilawati, M.M.  
NIP. 197906142009012005

Ponorogo, 7 Mei 2021  
Mengesahkan,  
Dekan FEBI IAIN Ponorogo  
  
**Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.**  
NIP. 197207142000031005

## SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riska Aprilya Agustin  
NIM : 210717133  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul : Pengaruh Literasi Ekonomi, Konformitas Teman Sebaya,  
Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa  
IAIN Ponorogo.

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini telah diperiksa oleh dosen pembimbing. Selanjutnya naskah tersebut akan dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses melalui [ethesis.iainponorogo.ac.id](http://ethesis.iainponorogo.ac.id). Adapun ini dari keseluruhan penulisan tersebut sepenuhnya menjadi tanggungjawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 06 Mei 2021

Pembuat Pernyataan



Riska Aprilya Agustin

NIM 210717133

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riska Aprilya Agustin

NIM : 210717133

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH LITERASI EKONOMI, KONFORMITAS TEMAN SEBAYA,  
DAN MODERNITAS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA  
IAIN PONOROGO

Dengan ini, menyatakan secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 18 April 2021

Pembuat Pernyataan,



Riska Aprilya Agustin  
NIM. 210717133

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	v
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Sistematika Pembahasan .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Landasan Teori .....	14
B. Studi Penelitian Terdahulu .....	33
C. Kerangka Berfikir .....	40
D. Hubungan Antar Variabel .....	41
E. Hipotesis .....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Rancangan Penelitian .....	50
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	50
C. Populasi dan Sampel .....	56
D. Metode Pengumpulan Data .....	59
E. Instrumen Penelitian .....	60
F. Validitas dan Realibilitas Instrumen .....	61
G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	63

<b>BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA</b>	
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	73
B. Deskripsi Data .....	76
C. Hasil Pengujian Instrumen (Validitas dan Reabilitas) .....	79
D. Analisis Data .....	82
E. Pembahasan .....	99
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	108
B. Saran .....	109
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	111





# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pengaruh globalisasi yang melanda seluruh dunia berimbas pada pemenuhan kebutuhan masyarakat. Dewasa ini kebanyakan orang mengkonsumsi sesuatu bukan dari segi fungsionalnya, melainkan dari keadaan sosial yang berkembang (*trend*) yang sedang berkembang. Keputusan konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk bukan lagi semata hanya untuk memenuhi kebutuhan, tetapi terdapat banyak faktor lain yang mempengaruhinya seperti halnya pengaruh sosial lingkungan, faktor kesenangan, gaya hidup, dan lain sebagainya. Saat ini kebanyakan rasionalitas seorang konsumen telah berubah dari yang pada awal sifatnya membeli barang berdasarkan pemenuhan kebutuhan, namun sekarang ini lebih cenderung mengkonsumsi suatu produk karena untuk pemenuhan hasrat.

Perilaku konsumen merupakan suatu hal yang berkaitan dengan adanya proses pembelian pada konsumen yang melakukan aktivitas seperti melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian produk dan jasa. Dikatakan perilaku konsumen adalah sesuatu yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan dalam pembelian. Ketika memutuskan akan membeli suatu barang atau produk atau jasa, konsumen akan selalu memikirkan terlebih dahulu barang akan dibelinya, mulai dari harga, model,

bentuk, kemasan, kualitas, fungsi, kegunaan barang, psikologis, dan lain sebagainya.<sup>1</sup>

Keputusan pembelian oleh konsumen merupakan hasil suatu hubungan yang saling mempengaruhi antara faktor-faktor tersebut. Dalam perilaku konsumen, erat kaitannya dengan perilaku konsumtif, yang dalam hal ini diartikan apabila konsumen mendapatkan kepuasan dan kebahagiaan akan konsumsi suatu produk yang di inginkan tanpa memperhitungkan nilai guna akan produk tersebut. Perilaku inilah yang disebut perilaku konsumtif.

Dalam suatu perilaku konsumen ada kecenderungan untuk bersikap konsumtif dalam mengkonsumsi suatu produk. Perilaku konsumtif sendiri menurut Sumartono (2002) merupakan perilaku yang dilakukan tidak pada dasar pertimbangan yang rasional, tetapi dikarenakan adanya keinginan atau hasrat yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif akan melekat pada diri seseorang apabila dia membeli sesuatu yang tidak sesuai dengan kebutuhannya (*need*) tetapi sudah pada faktor keinginan (*want*).<sup>2</sup>

Salah satu pelaku konsumsi yang tergolong dalam kecenderungan untuk bersikap konsumtif dalam mengkonsumsi suatu produk adalah generasi milenial. Menurut IDN Times dalam *Indonesia Millennial Report 2019*, menyebutkan sebanyak 63 juta millennial di Indonesia yang ada di usia 20-35 tahun.<sup>3</sup> Dilaporkan juga bahwa generasi milenial memiliki kecenderungan

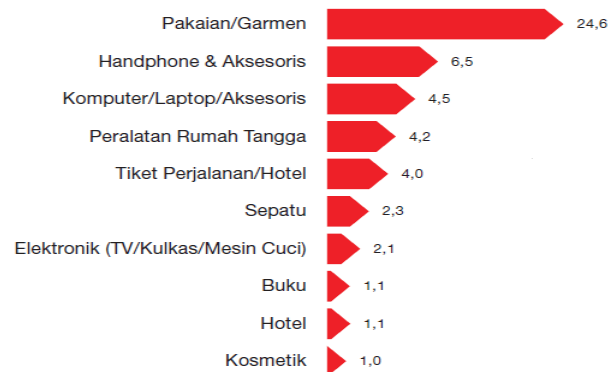
---

<sup>1</sup>M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 2.

<sup>2</sup>Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan: Menerobos Imbas Pesan Iklan Televisi* (Bandung: Alfabeta, 2002), 117.

<sup>3</sup>IDN Research Institute, *Indonesia Millennial Report 2019* (Jakarta: IDN Media, 2020), 3.

konsumtif akan suatu produk, berikut daftar produk yang cenderung dibeli oleh generasi milenial saat ini yang dilansir dari IDN Times:



**Gambar 1.1**  
**Daftar Konsumsi Generasi Milenial<sup>4</sup>**

Dari daftar tersebut dapat dilihat bahwa generasi milenial cenderung membeli produk pakaian dengan presentase 24,6 yang disusul dengan pembelian handphone beserta aksesorisnya sebesar 6,5 yang tertinggi dibanding dengan pembelian produk lain. Hal ini dapat menunjukkan mereka cenderung konsumtif akan produk yang bisa menampilkan dan mempresentasikan diri mereka dibandingkan dengan produk pokok yang lebih dibutuhkan.

Salah satu kelompok konsumen yang termasuk ke dalam generasi milenial adalah mahasiswa, yang mana mahasiswa juga memiliki kecenderungan untuk konsumtif dalam mengkonsumsi suatu produk. Dalam tingkat konsumtifitasnya, mahasiswa dipengaruhi oleh berbagai faktor. Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap tingkat konsumtif seseorang adalah pengetahuan dan pembelajaran yang berkaitan khususnya dengan konsep

<sup>4</sup> Ibid., 64.

ekonomi. Salah satu hal yang berkaitan dalam penentuan sikap konsumtif seorang konsumen adalah bagaimana tingkat literasi ekonomi dan keuangan dari konsumen tersebut.

Literasi ekonomi diartikan menurut Bank Indonesia merupakan pengetahuan dasar mengenai prinsip-prinsip ekonomi dan keuangan (*Economic & Financial Knowledge*) serta memiliki keterampilan (*financial skill*) dan keyakinan (*financial confident*) dalam mengelola sumber keuangannya (*financial behaviour*) secara tepat guna untuk mencapai kesejahteraan (*well-being*).<sup>5</sup> Dari pengertian tersebut, literasi ekonomi penting dalam kehidupan sehari-hari, pemahaman tentang literasi ekonomi yang baik maka dapat membentuk rasionalitas dalam kegiatan konsumsi sehingga dapat menjadi pedoman dalam membuat keputusan dan mengelola sumber pendapatan untuk kepentingan konsumsi secara efektif dan efisien.

Mahasiswa yang memiliki tingkat literasi ekonomi yang rendah mereka akan memiliki kecenderungan untuk konsumsi tanpa memperhitungkan skala prioritas kebutuhan, hal inilah yang pada akhirnya menyebabkan pemborosan dan berakhir pada perilaku konsumtif. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dias Kanserina (2015) menyebutkan bahwa semakin tinggi tingkat kemampuan literasi ekonomi mahasiswa maka tingkat perilaku konsumtif akan semakin menurun. Begitu juga sebaliknya jika tingkat literasi ekonomi mahasiswa rendah maka tingkat perilaku konsumtif mahasiswa meningkat.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup>Bank Indonesia, *Literasi Ekonomi Syariah* (Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2020), 8.

<sup>6</sup>Dias Kanserina, "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015," *Jurnal*, (2015), 7.

Pembelajaran terkait konsep ekonomi dasar sangat diperlukan, hal ini bertujuan untuk membentuk sikap yang bijak dan rasional khususnya dalam hal konsumsi. Hal ini yang sekiranya mengharuskan seorang konsumen memiliki kemampuan terkait literasi ekonomi. Dengan kemampuan literasi ekonomi yang baik maka konsumen dalam mengambil keputusan akan selalu dalam pertimbangan.

Dalam melakukan konsumsi, seseorang juga dipengaruhi oleh bagaimana interaksi mereka terhadap lingkungan sosial yang ada disekitarnya, seperti interaksi dengan anggota kelompoknya. Dalam hal ini lebih ditekankan pada kelompok teman sebaya. Menurut Cole, masa remaja dibagi menjadi tiga kelompok, masa remaja awal terjadi pada usia 13-15 tahun, masa remaja pertengahan pada usia 15-18 tahun, dan masa remaja akhir 18-21 tahun. Pada tahap usia ini seseorang lebih membina interaksi sosial yang lebih banyak dengan orang lain dengan kelompok usia yang sama.<sup>7</sup> Hubungan dengan teman sebaya memiliki peran penting dalam mempengaruhi sikap, perilaku, minat, serta penampilan. Hal inilah yang menyebabkan seseorang melakukan suatu penyesuaian terhadap kelompoknya dengan berperilaku yang sama dengan kelompok teman sebayanya, inilah yang disebut dengan konformitas.

Konformitas teman sebaya diartikan sebagai suatu perubahan sikap, perilaku serta kepercayaan individu agar sesuai dengan norma kelompok maupun norma sosial sebagai akibat dari tekanan kelompok yang mana

---

<sup>7</sup>Syamsul Bachri Thalib, *Psikologi Pendidikan Berbasis Analisis Empiris Aplikatif* (Jakarta: Prenadamedia, 2010), 28.

memiliki tingkat usia atau dengan tingkat kedewasaan yang sama.<sup>8</sup> Mahasiswa yang lebih sering ikut-ikutan temannya, menjadi kurang realistis dan cenderung akan boros dan konsumtif dalam berkonsumsi. Hal ini terjadi karena adanya tendensi yang kuat pada saat melakukan konsumsi agar sesuai dengan teman sebayanya. Apabila seorang mahasiswa memiliki tingkat konformitas yang tinggi terhadap teman sebayanya, maka kemungkinan juga akan memiliki tingkat konsumtif yang tinggi pula. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Perdana dan Mujiasih (2018) menyebutkan adanya hubungan positif antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif, semakin tinggi konformitas teman sebaya maka semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa, demikian pula sebaliknya semakin rendah konformitas teman sebaya maka semakin rendah perilaku konsumtif.<sup>9</sup> Penelitian yang dilakukan Glock, menyatakan bahwa konsumsi yang dilakukan secara berlebihan sangat ditentukan oleh sikap mudah terpengaruh oleh kelompok teman sebaya maupun kelompok referensi. Karakter remaja yang mudah terpengaruh oleh kelompok teman sebaya dan kelompok referensinya, memiliki kontrol eksternal yang lebih tinggi daripada kontrol internal dirinya.<sup>10</sup> Hal ini berarti konformitas teman sebaya berpengaruh terhadap tingkat konsumtifitas seseorang.

---

<sup>8</sup> Maharani Mutiara Hati, Imam Setyawan, "Konformitas Teman Sebaya Dan Aservitas Pada Siswa Islam Hidayatullah Semarang," *Jurnal Empati*, 4 (2015), 193.

<sup>9</sup> Putra Idham Perdana, Endah Mujiasih, "Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Membeli Pakaian Pada Mahasiswa Angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro," *Jurnal Empati*, 6 (2018), 195-208.

<sup>10</sup> Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan: Menerobos Imbas Pesan Iklan Televisi* (Bandung: Alfabeta, 2002), 122.

Selain faktor di atas yang mempengaruhi budaya konsumtif seseorang, terdapat faktor lain yang berpengaruh yakni modernitas individu. Menurut Kartasasmita (1997) modernitas disebutkan sebagai sistem dimana suatu masyarakat modern dengan derajat rasionalitas yang tinggi dalam artian bahwa kegiatan-kegiatan dalam masyarakat yang demikian itu terselenggara berdasarkan nilai-nilai dan pola-pola yang objektif, efektif, dan efisien.<sup>11</sup> Modernitas mencerminkan pemikiran rasionalitas dengan lebih terarah sesuai dengan perencanaan dan pertimbangan yang matang sehingga akan menimbulkan rasionalitas konsumsi dengan memperhatikan skala prioritas kebutuhannya. Dengan modernitas seseorang akan mengutamakan rasionalitas dan dalam kehidupannya lebih mengedepankan kemudahan dan penggunaan waktu secara efisien dan efektif. Hal ini dapat ditunjukkan dengan penggunaan berbagai teknologi informasi dan komunikasi dalam kehidupannya.

Sebagai observasi awal, peneliti menyebar angket yang di isi oleh mahasiswa aktif IAIN Ponorogo dari semua jurusan sejumlah 16 mahasiswa secara acak.<sup>12</sup> Diketahui bahwa sebanyak 13 mahasiswa sumber pendapatan mahasiswa berasal dari pemberian orang tua. Hal ini menunjukkan mereka kebanyakan belum memiliki pendapatan sendiri. Menurut Peter G. Sina (2012) menyebutkan bahwa literasi ekonomi dapat merubah perilaku seseorang yang kurang cerdas menjadi lebih cerdas dan menjadi bijak dalam konsumsinya. Hal ini dapat dilihat bagaimana memaksimalkan pendapatan

---

<sup>11</sup>Ginandjar Kartasasmita, *Tantangan Pembangunan Memasuki Abad Baru* (Yogyakarta: Munas VIII Universitas Gajah Mada, 1997), 4.

<sup>12</sup>Mahasiswa IAIN Ponorogo, *Observasi Awal*, 8 Februari 2021.

secara efisien. Literasi ekonomi dapat menjadi pedoman bagi mahasiswa dalam menetapkan skala prioritas ketika melakukan kegiatan konsumsi. Namun, pada keadaan lapangan berdasarkan angket tersebut juga menunjukkan bagaimana mahasiswa IAIN Ponorogo tersebut membelanjakan pendapatannya, kebanyakan mahasiswa memilih membelanjakan uangnya pada urutan pertama untuk makanan dan minuman, kedua untuk *fashion/* pakaian, ketiga untuk pulsa/ paket data, keempat untuk keperluan kosmetik/ *skincare*. Mahasiswa lebih memilih membelanjakan pendapatannya bukan untuk kebutuhan utama mahasiswa, tetapi mereka lebih mengutamakan kesenangan dengan membelanjakan pendapatannya seperti yang telah disebutkan.

Untuk konformitas teman sebaya, sebanyak 12 mahasiswa menyebutkan bahwa mereka memiliki gaya sendiri dan tidak terpengaruh dengan gaya teman lain dan sebanyak 3 mahasiswa menyesuaikan penampilan dengan teman lain. Dari hasil angket tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan Perdana dan Mujiasih (2017) menyebutkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif. Hal ini terjadi dikarenakan adanya tendensi untuk menyamakan diri dengan teman sebaya seperti berperilaku, berpakaian, bergaya, berkegiatan, dan lain sebagainya.<sup>13</sup> Dari angket tersebut juga sebanyak 13 mahasiswa *sharing* pendapat dengan temannya saat berbelanja dan mengikuti apa yang

---

<sup>13</sup>Putra Idham Perdana, Endah Mujiasih, "Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Membeli Pakaian Pada Mahasiswa Angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro," *Jurnal Empati*, 6 (2018), 195-208.



disarankan oleh temannya.<sup>14</sup> Hal ini menunjukkan bahwa saran teman ketika berbelanja penting bagi mereka. Dengan masukan dan pendapat dari teman mereka dapat membeli apa yang sebenarnya tidak terlalu mereka butuhkan dan berakhir dengan konsumtif saat membeli produk. Melalui komunikasi dan informasi dari kelompok teman sebaya maka terdapat kemungkinan perubahan pendapat, sikap dan perilaku dalam mengkonsumsi suatu produk.

Berdasarkan penelitian Fiqriyah, dkk (2016) menyebutkan bahwa semakin modern seseorang maka derajat rasionalitas dalam mengkonsumsi suatu produk akan tinggi pula, hal ini dikarenakan dengan rasionalitas yang tinggi sebelum mengkonsumsi suatu produk seseorang akan mempertimbangkan dengan matang apa saja prioritas konsumsinya secara lebih objektif dan efisien.<sup>15</sup> Namun, pada mahasiswa IAIN Ponorogo berbanding terbalik dengan penelitian tersebut, berdasarkan angket awal yang disebar menunjukkan tingkat rasionalitas dari 16 mahasiswa sebanyak 6 mahasiswa memilih belanja apa saja yang menurut mereka menarik dan sebanyak 3 mahasiswa tidak selalu memikirkan barang apa yang akan mereka beli.<sup>16</sup> Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan mereka lebih memilih produk yang menarik dan kecenderungan tidak memikirkan produk yang akan di beli dibandingkan mengutamakan produk apa saja yang lebih mereka butuhkan sesuai dengan prioritas kebutuhan. Serta pada kuesioner tersebut sebanyak 10 mahasiswa memilih belanja barang yang dirasa nantinya akan berguna, hal ini

---

<sup>14</sup>Ibid.,

<sup>15</sup>Rizky Fiqriyah, Hari Wahyono, Ro'ufah Inayati, "Pengaruh Pengelolaan Uang Saku, Modernitas, Kecerdasan Emosional, Dan Pemahaman Dasar Ekonomi Terhadap Rasionalitas Perilaku Konsumsi Siswa Kelas XIIS MAN Malang," *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 09 (2016), 6.

<sup>16</sup>Mahasiswa IAIN Ponorogo, *Observasi Awal*, 8 Februari 2021.

bisa memungkinkan mereka membeli barang yang bukan prioritas saat ini sehingga tidak efisien dengan kebutuhan yang diperlukan.

Berdasarkan kuesioner tersebut mahasiswa memiliki kecenderungan perilaku konsumtif, hal ini dilihat dari angket awal menyebutkan bahwa 6 mahasiswa memilih mereka konsumtif, 8 mahasiswa memilih terkadang mereka konsumtif.<sup>17</sup> Mahasiswa merupakan subjek yang mudah mengikuti arus perubahan modern. Mahasiswa banyak mengikuti tren fashion, belanja online yang bisa mendorong mahasiswa untuk bersikap konsumtif akan suatu produk yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumtif pada Mahasiswa IAIN Ponorogo. Selanjutnya peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Literasi Ekonomi, Konformitas Teman Sebaya, dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAIN Ponorogo.”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo?
2. Apakah terdapat pengaruh konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo?

---

<sup>17</sup>Mahasiswa IAIN Ponorogo, *Observasi Awal*, 8 Februari 2021.

3. Apakah terdapat pengaruh modernitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo?
4. Apakah terdapat pengaruh literasi ekonomi, konformitas teman sebaya, dan modernitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa IAIN Ponorogo.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa IAIN Ponorogo.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh modernitas terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa IAIN Ponorogo.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi ekonomi, konformitas teman sebaya, dan modernitas terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa IAIN Ponorogo.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Secara Teoritis

Dengan penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara ilmiah untuk menambah pengetahuan dan pengembangan ilmu ekonomi khususnya terkait hal perilaku konsumsi.

## 2. Secara Praktis

### a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber informasi kepada pelaku Mahasiswa IAIN Ponorogo yang nantinya akan bertindak konsumtif dapat melihat bagaimana pengaruh literasi ekonomi, konformitas teman sebaya, dan modernitas agar dapat mengurangi dan menghindari kecenderungan perilaku konsumtif.

### b. Bagi Akademis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber pengetahuan dan menjadi bahan penelitian lebih lanjut guna menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh literasi ekonomi, konformitas teman sebaya, dan modernitas terhadap perilaku konsumtif untuk pada Mahasiswa IAIN Ponorogo.

## E. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penelitian ini dibagi kedalam lima bab, dimana masing-masing bab akan terdiri dari sub-sub bab yang saling berkaitan.

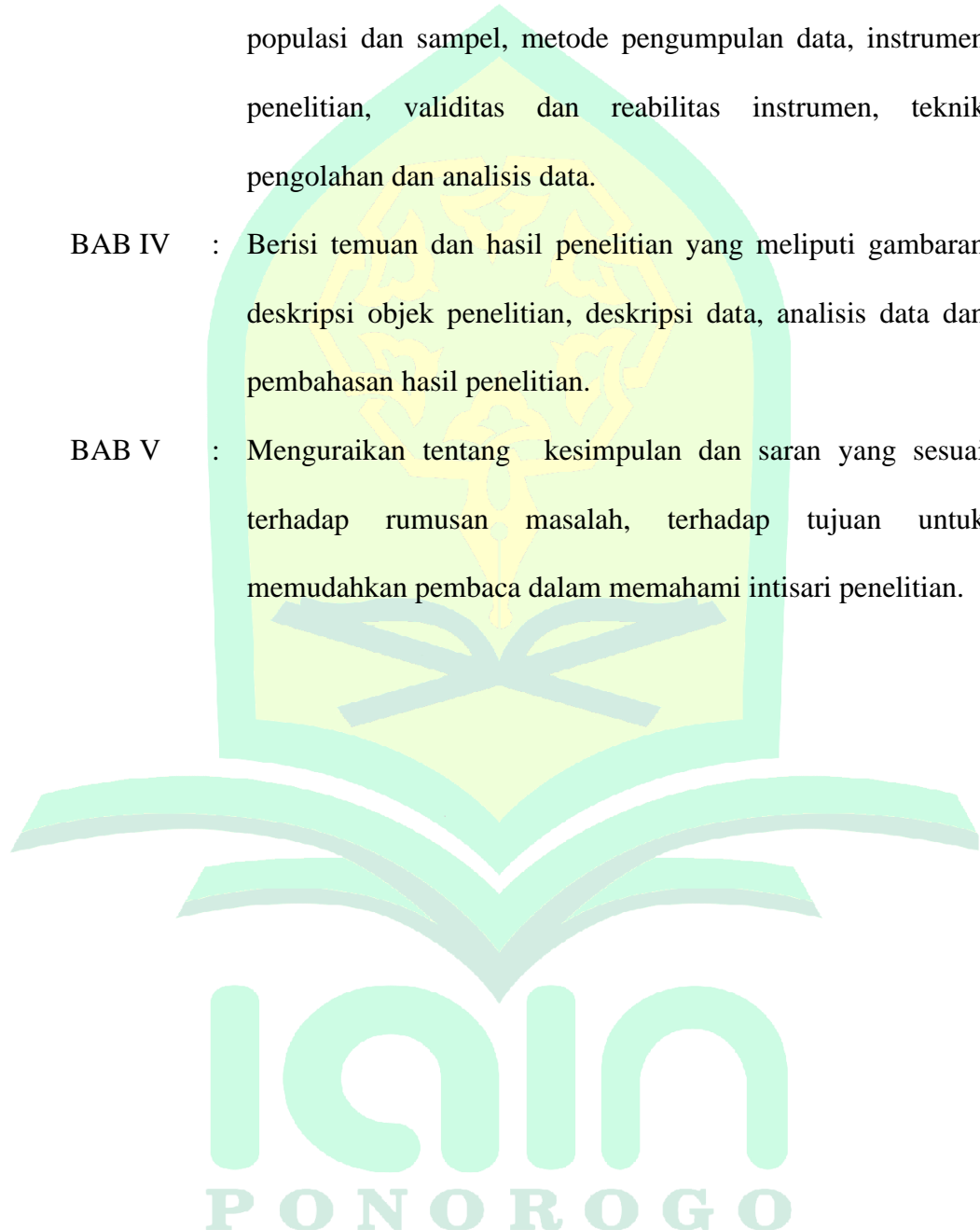
Sistematika penelitian ini adalah sebagai berikut:

**BAB I** : Berisi mengenai pendahuluan, menguraikan tentang judul penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II** : Menguraikan tentang landasan teori mengenai perilaku konsumtif, literasi ekonomi, konformitas teman sebaya, dan modernitas, studi penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan

hipotesis penelitian.

- BAB III : Berisi mengenai metode penelitian yang meliputi rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, instrumen penelitian, validitas dan reabilitas instrumen, teknik pengolahan dan analisis data.
- BAB IV : Berisi temuan dan hasil penelitian yang meliputi gambaran deskripsi objek penelitian, deskripsi data, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.
- BAB V : Menguraikan tentang kesimpulan dan saran yang sesuai terhadap rumusan masalah, terhadap tujuan untuk memudahkan pembaca dalam memahami intisari penelitian.



## **BAB II**

### **TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA BERFIKIR, DAN HIPOTESIS**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Perilaku Konsumtif**

###### **a. Pengertian Perilaku Konsumtif**

Istilah konsumtif seringkali memiliki konotasi yang negatif, hal ini dikarenakan pandangan dalam mengkonsumsi suatu produk yang hanya demi kepuasan hasrat untuk memperoleh kesenangan yang sifatnya semu dan sementara tanpa memperhitungkan nilai guna akan produk tersebut. masyarakat konsumtif identik dengan masyarakat modern, masyarakat yang cenderung terus menerus mengkonsumsi suatu produk, yang mana sangat jarang konsumsi produk tersebut dilakukan atas dasar kebutuhan-kebutuhan fungsional yang wajib dan mendesak untuk dipenuhi. Pada saat ini konsumen membeli suatu produk sebagai usaha untuk pemenuhan simbol status sosial di masyarakat dan juga hanya untuk memperoleh kesenangan, meskipun pada dasarnya kesenangan tersebut hanyalah bersifat semu dan sementara.

Konsumtif sendiri erat kaitannya dengan masalah perilaku konsumen. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (1997), menyebutkan bahwa perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana produk barang, jasa, ide, atau

pengalaman untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor budaya sosial dan pribadi.<sup>1</sup>

Perilaku konsumtif bisa dikatakan sebagai perilaku konsumsi yang dilakukan secara irasional, dalam hal ini konsumen yang mudah terpengaruh dan terbujuk oleh rayuan *marketing* dari suatu produk tanpa mengedepankan aspek kebutuhan atau kepentingan.

Pendapat mengenai perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Setiaji (1995) menyatakan bahwa:

“Perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang memiliki perilaku yang berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. Sebagai akibatnya mereka kemudian membelanjakan uangnya dengan membabi buta dan tidak rasional, sekedar untuk mendapatkan barang-barang yang menurut anggapan mereka dapat menjadi simbol keistimewaan.”<sup>2</sup>

Sedangkan menurut Sumartono (2002) menyebutkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku yang dilakukan tidak pada dasar pertimbangan yang rasional, tetapi dikarenakan adanya keinginan atau hasrat yang sudah mencapai tarap tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif akan melekat pada diri seseorang apabila dia membeli sesuatu yang tidak sesuai dengan kebutuhannya (*need*) tetapi sudah pada faktor keinginan (*want*).<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*. terj. Bob Sabran (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009), 166.

<sup>2</sup>Yossie Rossanty, Muhammad Dharma, Firman Ario, *Consumer Behaviour in Era Millenial* (Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan AQLI, 2018), 37.

<sup>3</sup>Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan: Menerobos Imbas Pesan Iklan Televisi* (Bandung: Alfabeta, 2002), 117.

Dewasa ini perilaku konsumtif menjadi bagian dari gaya hidup. Dalam artian yang lebih luas perilaku konsumtif diartikan sebagai perilaku konsumsi yang berlebihan dan boros, yang mendahulukan keinginan dan kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas atau juga dapat diartikan sebagai gaya hidup yang bermewah-mewah. Gaya hidup konsumtif seseorang semakin meluas menjadi perilaku konsumtif sekelompok masyarakat.<sup>4</sup>

Perilaku konsumtif dapat disimpulkan sebagai perilaku konsumsi seseorang secara berlebihan tanpa pertimbangan rasionalitas yang lebih mengedepankan kepuasan dan kesenangan semata serta tanpa memperhatikan skala prioritas kebutuhannya.

#### **b. Faktor Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif erat kaitannya dengan perilaku konsumen. Konsumen dalam perilakunya dipengaruhi oleh banyak faktor, menurut Kotler dan Keller (1997) faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada dasarnya dibedakan menjadi dua faktor, yakni faktor internal dan faktor eksternal, yang sebagai berikut:<sup>5</sup>

##### 1) Faktor Internal

Perilaku konsumtif seseorang dipengaruhi dari diri seseorang tersebut. Dalam faktor internal terdapat dua aspek yakni faktor psikologis dan faktor pribadi.

---

<sup>4</sup>Yossie Rossanty, Muhammad Dharma, Firman Ario, *Consumer Behaviour in Era Millennial*, 38.

<sup>5</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, terj. Bob Sabran, 178.



a) Faktor psikologis, perilaku konsumtif yang dilakukan oleh konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor psikologis, diantaranya:

(1) Motivasi

Keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan suatu kegiatan. Dalam konsumtifitasnya konsumen memiliki motivasi tinggi untuk mengkonsumsi produk cenderung mengabaikan faktor rasional.

(2) Persepsi

Proses konsumen dalam memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi suatu informasi agar mendapatkan sebuah makna. Persepsi konsumen yang baik juga akan menentukan tingkat motivasi seseorang dalam mengkonsumsi, sehingga akan bertindak lebih rasional.

(3) Pembelajaran

Dengan pengalaman yang dimiliki konsumen akan mendorong suatu perubahan-perubahan perilaku konsumen. Perubahan perilaku tersebut ada yang bersifat tetap (permanen) ada juga yang bersifat berubah (fleksibel).

#### (4) Kepercayaan dan Sikap

Melalui bertindak dan belajar, seseorang akan mendapatkan kepercayaan dan sikap. Kepercayaan adalah suatu gambaran pemikiran yang dianut seseorang, yang berdasarkan pengetahuan, pendapat, atau kepercayaan. Sedangkan sikap adalah evaluasi, perasaan emosional, dan kecenderungan dalam tindakan.<sup>6</sup>

b) Faktor pribadi, keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh faktor pribadi konsumen dan karakteristik pribadi seseorang memiliki dampak langsung pada perilaku konsumen, diantaranya:

##### (1) Usia dan Tahap Siklus Hidup

Usia memiliki andil besar pada apa yang dikonsumsi oleh seseorang, dapat dikatakan pada usia remaja mereka memiliki kecenderungan untuk konsumtif dibandingkan dengan orang dewasa.

##### (2) Pekerjaan dan Keadaan Ekonomi

Konsumen dalam pola konsumsinya dipengaruhi juga oleh pekerjaannya, yang mana berbeda juga kebutuhannya, hal inilah yang bisa mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Konsumsi produk juga dipengaruhi oleh

---

<sup>6</sup> Ibid., 178-181.

keadaan ekonomi seseorang, pendapatan yang dapat dibelanjakan.

### (3) Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian berpengaruh bagaimana pola hidup seseorang. Perilaku konsumtif juga bisa dipengaruhi oleh tipe kepribadian konsumen. Sedangkan konsep diri bisa disebut citra diri dibagi dua yaitu konsep diri ideal, yakni bagaimana dia ingin memandang dirinya sendiri dan konsep diri menurut orang lain, yakni bagaimana pendapatnya tentang orang lain memandang dia.

### (4) Gaya Hidup

Adalah pola hidup seseorang dalam kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat yang bersangkutan. Gaya hidup mencerminkan sesuatu yang lebih dari kelas sosial di satu pihak dan kepribadian di pihak lain. Dalam hal ini gaya hidup bisa membentuk perilaku konsumtif yang dilakukan seseorang.<sup>7</sup>

## 2) Faktor Eksternal

Faktor pembentuk perilaku konsumen yang berasal dari lingkungan konsumen, diantaranya:

---

<sup>7</sup> Ibid., 172-175.

a) Budaya

Merupakan determinan dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Seseorang mendapatkan berbagai kumpulan nilai, perspektif, preferensi dan perilaku dari berbagai lingkungan sosial.

b) Sub-budaya

Merupakan budaya dengan lingkup yang lebih kecil dan memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk anggotanya. Sub-budaya bisa meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis.

c) Kelas Sosial

Dikatakan bahwa manusia mengalami stratifikasi sosial. stratifikasi sosial tersebut biasanya berbentuk kelas sosial, dimana dari setiap kelompok kelas sosial tersebut memiliki berbagai pola yang berbeda. Dalam kelas sosial tersebut juga berpengaruh pada tingkat konsumtif seseorang.<sup>8</sup>

d) Kelompok Referensi

Semua kelompok yang dianggap mempunyai pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku konsumen. Terdiri dari kelompok primer, yaitu interaksi yang memiliki kesinambungan seperti teman sebaya, keluarga, tetangga, dan teman kerja. Dan juga kelompok sekunder,

---

<sup>8</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, terj. Bob Sabran, 166-168.

interaksi yang cenderung lebih resmi dan kurang berkesinambungan.

e) Keluarga

Lingkungan keluarga dapat dibedakan menjadi dua yakni keluarga orientasi, yaitu orang tua seseorang. Dan juga keluarga prokreasi yaitu pasangan hidup seseorang yang juga berpengaruh bagaimana perilaku konsumsi seseorang.<sup>9</sup>

**c. Indikator Perilaku Konsumtif**

Indikator dapat dikatakan sebagai sesuatu yang bisa memberikan (menjadi) petunjuk/ keterangan yang menjelaskan suatu hal. Dalam perilaku konsumtif terdapat beberapa indikator. Berikut adalah beberapa ciri-ciri perilaku konsumen yang bersifat irasional:

- 1) Konsumen yang sangat cepat tertarik dengan iklan dan promosi di berbagai media yang dilakukan oleh pihak *marketing* baik media cetak maupun elektronik.
- 2) Konsumen cenderung memilih produk yang telah memiliki merek atau *branding* yang sudah terkenal dengan mengesampingkan aspek lain.
- 3) Konsumen memilih produk bukan untuk kebutuhan, tetapi karena gengsi atau *prestige*.

---

<sup>9</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013), 11.

- 4) Konsumen memilih produk hanya karena hanya ingin mencobacoba.<sup>10</sup>

Pendapat lain yang dikemukakan oleh Sumartono, yang menyebutkan karakteristik atau indikator dari perilaku konsumtif, yakni sebagai berikut:

- 1) Membeli produk karena iming-iming hadiah, konsumen dalam membeli suatu produk cenderung tidak lagi melihat manfaat dari produknya, tetapi lebih ingin mendapatkan hadiah yang ditawarkan oleh produsen.
- 2) Membeli produk demi gengsi, konsumen yang konsumtif biasanya dalam membeli suatu produk lebih memilih barang yang dapat menjaga penampilan diri, dibandingkan dengan membeli barang yang lebih dibutuhkan.
- 3) Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga dan bukan atas dasar manfaat akan produk tersebut, konsumen yang berperilaku konsumtif biasanya ditandai dengan kehidupan yang mewah dan lebih memilih produk yang mewah.
- 4) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk, individu dalam pembelian suatu produk biasanya tertarik dari model yang mengiklankan dan juga agar bisa menyerupai model yang dianggap idolanya tersebut.

---

<sup>10</sup> M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, 16.

5) Munculnya penilaian bahwa membeli suatu produk dengan harga mahal akan menimbulkan kepercayaan diri, konsumen akan cenderung menggunakan produk yang sejenis dari merek yang berbeda dengan yang sebelumnya dipakai, meskipun dalam hal ini pemakaian produk sebelumnya belum habis.<sup>11</sup>

Dari beberapa pemaparan indikator di atas, seseorang yang berperilaku konsumtif memiliki kecenderungan rasa yang selalu kurang akan produk tertentu dan juga tidak puas hanya dengan pemakaian satu jenis dan merek produk saja. Dan juga berdasarkan karakteristik perilaku konsumtif di atas, konsumen membeli barang dengan impulsif atau yang dilakukan tanpa rencana, sehingga dari hal ini munculnya sifat perilaku konsumtif.<sup>12</sup>

## **2. Literasi Ekonomi**

### **a. Pengertian Literasi Ekonomi**

Pada dasarnya literasi ekonomi bukan hanya terbatas pada pengetahuan dasar ekonomi, lebih dari itu sikap dan perilaku dapat berpengaruh dalam meningkatkan literasi ekonomi seseorang. Sikap dan perilaku ekonomi yang bijak mencerminkan kemampuan dalam menentukan tujuan dari segala kegiatan yang berhubungan dengan ekonomi dasar, perencanaan keuangan, mengelola keuangan serta pengambilan keputusan keuangan yang berkualitas dalam kehidupan sehari-hari.

---

<sup>11</sup> Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan: Menerobos Imbas Pesan Iklan Televisi*, 120.

<sup>12</sup> *Ibid.*, 122.

Berdasarkan *Organisation for Economic Co-operation and Development* atau OECD (2016) menyebutkan literasi ekonomi sebagai pengetahuan serta pemahaman atas konsep ekonomi, berikut keterampilan, motivasi, serta keyakinan untuk menerapkan pengetahuan dan pemahaman yang dimilikinya tersebut dalam rangka membuat keputusan keuangan yang efektif, meningkatkan kesejahteraan keuangan (*financial well being*) individu dan masyarakat, dan berpartisipasi dalam bidang ekonomi.<sup>13</sup>

Literasi ekonomi menurut Bank Indonesia merupakan pengetahuan dasar mengenai prinsip-prinsip ekonomi dan keuangan (*Economic & Financial Knowledge*) serta memiliki keterampilan (*financial skill*) dan keyakinan (*financial confident*) dalam mengelola sumber keuangannya (*financial behaviour*) secara tepat guna untuk mencapai kesejahteraan (*well-being*).<sup>14</sup>

Sedangkan menurut Mathews (1999) dalam Endah Murtianingsih, menjelaskan bahwa literasi ekonomi adalah kemampuan individu untuk mengenali dan menggunakan berbagai konsep ekonomi dan cara berpikir ekonomi untuk memperbaiki dan mencapai suatu kesejahteraan.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup>Otoritas Jasa Keuangan, *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017)* (Jakarta: OJK, 2017), 15.

<sup>14</sup> Bank Indonesia, *Literasi Ekonomi Syariah* (Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2020), 8.

<sup>15</sup>Endah Murniatiningsih, "Pengaruh Literasi Ekonomi Siswa, Hasil Belajar Ekonomi, Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa SMP Negeri Di Surabaya Barat," *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 5 (2017), 136.



Jadi, dapat disimpulkan bahwa literasi ekonomi merupakan pengetahuan dan kecakapan untuk mengaplikasikan pemahaman tentang konsep ekonomi, keterampilan agar dapat membuat keputusan yang efektif dalam konteks finansial serta ekonomi guna meningkatkan kesejahteraan.

#### **b. Indikator Literasi Ekonomi**

Indikator literasi ekonomi penerapan menurut *The National Council on Economic Education* (NCEE) dalam Endah Murniatiningsih:

- 1) Dapat menjelaskan pendapatan individu
- 2) Dapat menjelaskan bagaimana memaksimalkan penggunaan sumber daya terbatas
- 3) Dapat menganalisis biaya dan manfaat suatu transaksi ekonomi
- 4) Dapat menganalisis biaya dan manfaat suatu pengambilan keputusan terkait ekonomi<sup>16</sup>

### **3. Konformitas Teman Sebaya**

#### **a. Pengertian Konformitas Teman Sebaya**

Sebagai makhluk sosial, seorang konsumen senantiasa melakukan interaksi dengan orang lain, khususnya antar konsumen yang lain. Interaksi sosial dapat menyebabkan menjadi dekat dan merasakan kebersamaan antar sesama, yangmana dari faktor lingkungan sosial ini dapat mempengaruhi konsumen dalam kegiatan konsumsinya. Salah

---

<sup>16</sup> Ibid.,

satu kelompok di lingkungan sosial adalah interaksi antar kelompok teman sebaya.

Kelompok teman sebaya adalah interaksi antara orang-orang yang memiliki kesamaan antara satu individu dengan lainnya yang dalam kategori usia, status, dan juga jenjang pendidikan yang sama. Kelompok teman sebaya merupakan lingkup pertemanan dengan usia yang sama dan status sosial yang hampir bisa sama, kelompok sebaya memiliki peran penting dalam menyesuaikan diri seseorang. Dalam kelompok teman sebaya dapat mempengaruhi seseorang secara langsung maupun tidak langsung terhadap sikap, perilaku, dan kepribadian seseorang.<sup>17</sup>

Menurut Shaffer (1994) yang dikutip oleh Drifanda menyebutkan bahwa kelompok teman sebaya sebagai kelompok yang memberikan pengaruh dalam hal pemilihan cara berpakaian, hobi, perkumpulan, serta berbagai kegiatan sosial lainnya. Pada kegiatannya seringkali terjadi penerimaan ataupun penolakan dari teman sebaya di dalam pergaulannya.<sup>18</sup> Dengan hal ini untuk menghindari penolakan dari teman sebaya, maka seseorang akan cenderung mengikuti hal-hal yang sama dengan anggota kelompok teman sebayanya, hal inilah yang selanjutnya disebut sebagai konformitas teman sebaya.

Konformitas merupakan suatu jenis pengaruh sosial ketika individu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma sosial.

---

<sup>17</sup>Joan Hesti Gita Purwasih, Yustinah Eka Janah, dkk, *Ensiklopedia Sosiologi Kelompok Social* (Klaten: Cempaka Putih, 2018), 22.

<sup>18</sup>Valdyan Drifanda, "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang," *Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 3 (2018), 37.

Dengan hal ini, seseorang akan bertingkah laku dengan cara yang dipandang wajar dan diterima oleh suatu anggota kelompok.<sup>19</sup>

Konformitas diartikan sebagai suatu bentuk penyesuaian individu pada tekanan sosial yang nyata atau yang dibayangkan.<sup>20</sup> Baron dan Byrne (2004) dalam Joan Hesti, menjelaskan konformitas merupakan suatu pengaruh sosial yang mengubah sikap dan tingkah laku individu agar sesuai dengan norma sosial yang berlaku. Konformitas sebagai penyesuaian perilaku remaja dalam menganut sebuah norma dari kelompok acuan, menerima ide atau aturan-aturan dari kelompok yang mengatur bagaimana cara remaja berperilaku sebagai konformitas. Seseorang melakukan konformitas terhadap kelompoknya dikarenakan perilaku individu didasarkan pada harapan kelompok atau masyarakat.<sup>21</sup>

Konformitas muncul ketika individu mengikuti perilaku atau sikap orang lain, dikarenakan oleh tekanan orang lain, baik yang nyata maupun yang dibayangkan. Konformitas dapat memunculkan perilaku diantaranya gaya bahasa, sikap, aktivitas sosial yang akan diikuti, nilai-nilai yang dianut dan penampilan diri.

Dapat disimpulkan bahwa konformitas teman sebaya merupakan penyesuaian sikap, perilaku serta kepercayaan individu dengan anggota kelompoknya agar sesuai dengan norma sosial atau norma kelompok

---

<sup>19</sup> Komaruddin Hidayat dan Khoiruddin Bashori, *Psikologi Sosial* (Jakarta: Erlangga, 2016), 84.

<sup>20</sup> Tri Dayakisni dan Salis Yuniardi, *Psikologi Lintas Budaya* (UMM Press: Malang, 2012) 178.

<sup>21</sup> Joan Hesti Gita Purwasih dan Sri Muhammad Kusumantoro, *Perubahan Sosial* (Klaten: Cempaka Putih, 2015), 56.

yang berlaku dikarenakan adanya tendensi tekanan kelompok dengan tingkat usia ataupun tingkat kedewasaan yang sama.

Baron dan Branscombe (2012) dalam Eva Suminar menyatakan bahwa konformitas dipengaruhi oleh sejumlah faktor, sebagai berikut:

- 1) Kohesivitas (didefinisikan sebagai derajat ketertarikan individu terhadap kelompok),
- 2) Ukuran kelompok (jumlah anggota kelompok yang semakin besar akan mempengaruhi tinggi rendahnya konformitas dalam kelompok tersebut),
- 3) Norma deskriptif (norma yang hanya menggambarkan apa yang sebagian besar orang lakukan pada situasi tertentu) dan
- 4) Norma injungtif (norma yang secara spesifik menetapkan perilaku apa yang diterima atau tidak dapat diterima pada situasi tertentu).<sup>22</sup>

#### **b. Indikator Konformitas**

Myers (2010) berpendapat bahwa konformitas merupakan suatu perubahan perilaku pada individu sebagai suatu akibat dari adanya tekanan kelompok. Konformitas bukan hanya sekadar bagaimana berperilaku seperti orang lain, akan tetapi juga dipengaruhi oleh bagaimana orang lain berperilaku.<sup>23</sup> Menurut Myers (2010) menyebutkan dua dasar indikator pembentuk konformitas, yakni sebagai berikut:

---

<sup>22</sup> Eva Suminar dan Tatik Meiyuntari, "Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja," *Jurnal Psikologi Indonesia*, Vol. 4 No. 02, 149.

<sup>23</sup> Myers G. David, *Psikologi Sosial* (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), 253.

- 1) Pengaruh normatif, pada konformitas penyesuaian diri dengan keinginan atau harapan orang lain untuk mendapatkan penerimaan dari anggota kelompoknya. Pengaruh normatif mendorong terjadinya penyesuaian sebagai akibat pemenuhan pengharapan kelompok untuk mendapat persetujuan atau penerimaan, agar disukai dan agar terhindar dari penolakan.
- 2) Pengaruh informasional, sebagai tekanan yang terbentuk oleh adanya keinginan dari individu untuk memiliki pemikiran yang sama dan beranggapan bahwa informasi dari kelompok lebih kaya daripada informasi yang dimilikinya, sehingga individu cenderung untuk *conform* dalam menyamakan pendapat dan sugesti. Pengaruh informasional mendorong individu untuk melakukan penyesuaian akibat dari penerimaan pendapat kelompok.<sup>24</sup>

#### **4. Modernitas**

##### **a. Pengertian Modernitas**

Istilah modernitas berkaitan erat dengan konsep modern, yang secara umum dapat diartikan maju dan berkembang. Menurut KBBI modern adalah terbaru, termutakhirkan, sikap, cara berfikir dan bertindak yang sesuai dengan tuntutan zaman. Perspektif modernitas tidak bisa terlepas dari pandangan masyarakat mengenai konsep tradisional dan modern.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup>Myers G. David, *Psikologi Sosial* (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), 285.

<sup>25</sup>Antarini Arna, *Genosida Dan Modernitas* (Yogyakarta: Tonggak Pustaka, 2018), 29.

Ungkapan modern, modernitas (kemodernan), modernism (paham kemodernan), modernisasi (proses modernisasi) masih dalam satu lingkup pengertian. Modernisasi dapat diartikan sebagai suatu perubahan sosial masyarakat tradisional/sederhana menuju modern/kompleks. Modernisasi muncul seiring dengan berkembang dan meningkatnya pendidikan/ ilmu pengetahuan dan teknologi komunikasi dan media informasi dalam masyarakat, dengan teknologi yang semakin canggih dan berkembang diharapkan manusia mampu menghemat tenaga dan waktu untuk memenuhi kebutuhan hidup di zaman yang terus berubah.<sup>26</sup>

Modernitas dapat diartikan sebagai perubahan cara berfikir dan perilaku yang lebih rasional, efisien, individual, dan pragmatis untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan secara sistematis. Modernitas telah meningkatkan pengetahuan masyarakat dan kemampuan untuk mengakses informasi, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mengubah pola pikir masyarakat menjadi lebih modern dan dinamis, lebih terbuka dan kreatif dalam menerima unsur-unsur baru yang kemajuan.

Menurut Koenjaraningrat modernitas diartikan sebagai usaha penyesuaian hidup dengan konstelasi dunia yang dilandasi oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, yang tidak hanya bersifat fisik material saja, yangmana lebih maju daripada itu, dan dilandasi

---

<sup>26</sup> Syahrial Syarbani dan Fakhuri, *Teori Sosiologi* (Ghalia Indonesia: Bogor, 2016), 213.

oleh sikap mental yang maju, berfikir rasional, berjiwa wiraswasta, berorientasi ke masa depan dan sterusnya.<sup>27</sup>

Menurut Kartasasmita (1997) modernitas disebutkan sebagai suatu sistem tema atau model dimana suatu masyarakat modern dengan derajat rasionalitas yang tinggi dalam artian bahwa kegiatan-kegiatan dalam masyarakat yang demikian itu terselenggara berdasarkan nilai-nilai dan pola-pola yang objektif, efektif, dan efisien.<sup>28</sup>

Dapat disimpulkan bahwa modernitas diartikan sebagai sikap dan perilaku seseorang yang mencerminkan gaya kehidupan masyarakat modern dengan rasionalitas tinggi disertai dengan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi secara objektif, efektif dan efisien serta lebih terbuka dan kreatif dalam menerima unsur-unsur baru yang kemajuan.

Ciri-ciri moderintas menurut Krisham Kumar (1988) sebagai berikut:

- 1) *Individualisme*, bahwa yang memegang peran sentral dalam masyarakat adalah individu, bukan komunitas, suku, kelompok, atau bangsa. Individu bebas menentukan dan bertanggung jawab sendiri atas kesuksesan maupun kegagalan tindakannya sendiri.
- 2) *Diferensiasi*, terjadi di bidang konsumsi yakni munculnya berbagai pilihan peluang hidup yang dihadapi setiap konsumen potensial.

---

<sup>27</sup>Hertati, dkk, *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar* (Universitas Terbuka: Jakarta, 2010) 9.9.

<sup>28</sup>Ginandjar Kartasasmita, *Tantangan Pembangunan Memasuki Abad Baru* (Yogyakarta: Munas VIII Universitas Gajah Mada, 1997), 4.

- 3) *Rasionalitas*, artinya berperhitungan manajemen efisien atau rasional dianggap sebagai ciri utama modernitas.
- 4) *Ekonomisme*, seluruh aspek kehidupan sosial didominasi oleh aktivitas ekonomi, tujuan ekonomi, kriteria ekonomi, dan prestasi ekonomi.
- 5) *Perkembangan*, modernitas cenderung memperluas jangkauannya terutama ruangnya dan inilah yang dimaksud proses globalisasi.<sup>29</sup>

#### **b. Indikator Modernitas**

Indikator modernitas menurut Deliar Noer dalam Gitosaroso menyatakan indikator dari modernitas yaitu:

- 1) Bersifat rasional, artinya seseorang yang memiliki sifat modernitas akan lebih mengutamakan pendapat akal pikiran yang rasional dari pada pendapat emosi. Bersifat rasional berarti didasarkan pada sesuatu yang logis, sistematis, serta kritis.
- 2) Berfikir futuristik, lebih berfikir untuk masa depan yang lebih baik dan terprogram. Tidak hanya memikirkan kebutuhan untuk sesaat, tetapi juga untuk kedepannya.
- 3) Bersikap terbuka, artinya seseorang yang modern lebih siap dalam menerima masukan, saran, kritikan, demi kehidupan yang lebih baik.
- 4) Berfikir objektif, artinya seseorang yang modern lebih melihat segala sesuatu dari segi fungsi dan kegunaannya.<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup> Pior Sztompka, *Sosiologi Perubahan Sosial* (Jakarta: Prenada, 2004), 85-86.



## B. Studi Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1  
Studi Penelitian Terdahulu

No	Judul/Penulis/ Tahun	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015/ Dias Kanserina/ 2015	Adanya persamaan pada variabel literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.	Tiga variabel independen yang peneliti ambil adalah literasi ekonomi, konformitas, dan modernitas pada mahasiswa.	Hasil penelitian ini menunjukkan literasi ekonomi berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif dan gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha. <sup>31</sup>
2.	Konformitas Hedonis Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup	Adanya variabel terkait konformitas dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif.	Variabel konsumtif yang digunakan oleh peneliti sebelumnya adalah konformitas	Hasil dari penelitian ini terdapat peran gaya hidup konsumtif dalam memediasi konformitas hedonis, dan tidak memediasi literasi

<sup>30</sup> Muh. Gitaroso, "Tasawuf Dan Modernitas (Mengikis Kesalahpahaman Masyarakat Awam Terhadap Tasawuf)" *Jurnal IAIN Pontianak*, Vol 10 (1), 117.

<sup>31</sup>Dias Kanserina, "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015," *Jurnal*, (2015), 1-11.

No	Judul/Penulis/ Tahun	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
	Konsumtif/ Eva Oktafikasari, Amir Mahmud/ 2017.		hedonis sedangkan yang diteliti ini adalah konformitas teman sebaya dan ada variabel lain yakni modernitas terhadap perilaku konsumtif.	ekonomi terhadap perilaku konsumtif. <sup>32</sup>
3.	Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Membeli Pakaian Pada Mahasiswa Angkatan 2016 Fakultas Psikologi	Terdapat variabel yang sama yakni konformitas dengan perilaku konsumtif.	Ada variabel lain yang digunakan yakni variabel literasi ekonomi dan modernitas pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.	Hasil penelitian ada hubungan positif antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif, semakin tinggi konformitas teman sebaya maka semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa, demikian pula sebaliknya semakin

<sup>32</sup>Eva Oktafikasari, Amir Mahmud "Konformitas Hedonis Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Konsumtif," *Economic Education Analysis Journal*, Vol 6 Nomor 3, (2017), 684-697.

No	Judul/Penulis/ Tahun	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
	Universitas Diponegoro/ Putra Idham Perdana, Endah Mujiasih/ 2017.			rendah konformitas teman sebaya maka semakin rendah perilaku konsumtif. <sup>33</sup>
4.	Perilaku Konsumtif: Literasi Keuangan, Pengetahuan Ekonomi Dan Modernitas Individu/ Wanda Nuara Ciptasari, Endah Andayani, Udik Yudiono/ 2017.	Terdapat variabel independen yang sama yakni modernitas dan variabel dependen perilaku konsumtif.	Pada penelitian ini menggunakan variabel literasi ekonomi.	Terdapat pengaruh literasi keuangan, pengetahuan ekonomi, dan modernitas individu terhadap perilaku konsumtif mahasiswa fakultas Ekonomika dan Bisnis angkatan 2014. <sup>34</sup>
5.	Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga, Gaya Hidup, Modernitas Individu, Dan Literasi Ekonomi	Terdapat variabel modernitas dan literasi ekonomi pada perilaku konsumtif.	Penelitian yang dilakukan menggunakan tiga variabel dependen literasi ekonomi, konformitas,	Hasil penelitian pendidikan ekonomi keluarga berpengaruh signifikan, sedangkan gaya hidup, modernitas individu

<sup>33</sup>Putra Idham Perdana, Endah Mujiasih, "Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Membeli Pakaian Pada Mahasiswa Angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro," *Jurnal Empati*, 6 (2017), 195-208.

<sup>34</sup>Wanda, dkk, "Perilaku Konsumtif: Literasi Keuangan, Pengetahuan Ekonomi Dan Modernitas Individu," *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 2 (2017), 3-6.

No	Judul/Penulis/ Tahun	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
	Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa/ Risnawati, Sri Umi Mintarti, Cipto Wardoyo/ 2018.		dan modernitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.	berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa. Pendidikan ekonomi keluarga dan gaya hidup berpengaruh tidak signifikan, sedangkan modernitas individu berpengaruh signifikan terhadap literasi ekonomi siswa. <sup>35</sup>
6.	Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas	Menggunakan variabel literasi ekonomi pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.	Adanya variabel lain yakni konformitas dan modernitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi ekonomi memiliki pengaruh yang singnifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Pendidikan

<sup>35</sup>Risnawati, Sri Umi Mintarti, Cipto Wardoyo, "Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga, Gaya Hidup, Modernitas Individu, Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa," *Jurnal Pendidikan*, Vol 3 Nomor 4, (2018), 430-436.

No	Judul/Penulis/ Tahun	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
	Siliwangi/ Ai Nur Solihat, Syamsudin Arsanik / 2018.			Ekonomi Universitas Siliwangi. Artinya jika terjadi peningkatan literasi ekonomi maka semakin rasional perilaku konsumtif mahasiswa. <sup>36</sup>
7.	Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku Dan Control Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas	Adanya kesamaan variabel yang diambil yakni variabel modernitas terhadap perilaku konsumtif.	Pada penelitian terdahulu menggunakan variabel literasi ekonomi sedangkan penelitian ini dilakukan menggunakan variabel literasi ekonomi.	Literasi keuangan berpengaruh secara negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, Modernitas individu berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, Tingkat kepemilikan uang saku mahasiswa berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dan Kontrol diri

<sup>36</sup>Ai Nur Solihat, Syamsudin Arsanik, "Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi," *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 2 (2018), 1-13.

No	Judul/Penulis/ Tahun	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
	Negeri Malang/ Dewi Kumalasari, Yohanes Hadi Soesilo/ 2019.			mahasiswa ternyata berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. <sup>37</sup>
8.	Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa/ Ivo Selvia Agusti dan Nining Dewandi Gultom/ 2019.	Pada penelitian yang dilakukan terdapat variabel yang sama yakni literasi ekonomi dan modernitas dan variabel dependen sama yakni perilaku konsumtif.	Terdapat variabel lain yang diteliti yakni konformitas teman sebaya.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi ekonomi dan modernitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. <sup>38</sup>

<sup>37</sup>Dewi Kumalasari, Yohanes Hadi Soesilo, "Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku Dan Control Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang," *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 12 Nomor 1 (2019), 61-71.

<sup>38</sup>Ivo Selvia Agusti dan Nining Dewandi Gultom, "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *NIAGAWAN*, 2 (2019), 102-107.

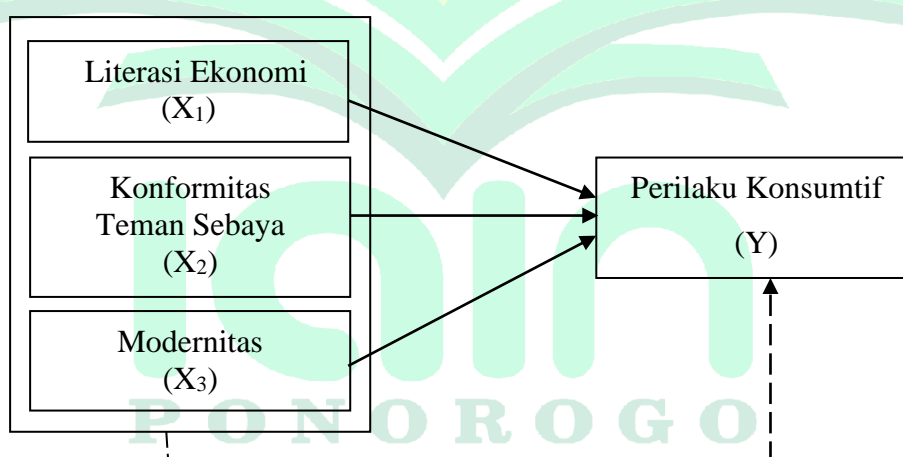
No	Judul/Penulis/ Tahun	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
9.	Pengaruh Literasi Ekonomi Dan <i>Self Control</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta/ Siti Nurjanah, Saparudin Mukhtar, Elsi Ulfatmi, Nining Triningsih/ 2019.	Adanya indikator literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif.	Ada variabel lain yaitu konformitas dan modernitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh literasi ekonomi dan <i>self control</i> terhadap perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. <sup>39</sup>
10.	Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa/ Mukarramah, Inanna, Muhammad Hasan, M. Ihsan	Terdapat variabel yang diteliti sama yakni pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif	Hanya satu variabel dependen yang diteliti, sedangkan penelitian ini dilakukan dengan meneliti pengaruh	Literasi ekonomi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri

<sup>39</sup>Siti Nurjanah, Saparudin Mukhtar, Elsi Ulfatmi, Nining Triningsih, "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan *Self Control* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta," *Jurnal Parameter*, 31 (2019), 124-133.

No	Judul/Penulis/ Tahun	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
	Said Ahmad, Nurdiana/ 2020.		literasi ekonomi, konformitas teman sebaya, dan modernitas terhadap perilaku konsumtif.	Makassar. Literasi ekonomi membuat mahasiswa menjadi lebih cerdas dalam berkonsumsi dalam kehidupan sehari- hari dan tidak mengarah ke perilaku konsumtif. <sup>40</sup>

### C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir pada dasarnya diturunkan dari beberapa teori maupun dari konsep yang sesuai dengan apa permasalahan yang diteliti. Kerangka berfikir menjelaskan secara teoritis pertautan atau alur pengaruh antara variabel yang diteliti. Untuk kerangka berfikir yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

<sup>40</sup>Mukarramah, dkk, "Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *Indonesian Journal Of Social And Educational Studies*, 1 (2020), 96-101.



Keterangan:

————→ : Pengaruh Parsial

-----→ : Pengaruh Simultan

Dari gambar diatas, menunjukkan bahwa Literasi Ekonomi memiliki pengaruh secara parsial (individu) terhadap Perilaku Konsumtif. Konformitas Teman Sebaya memiliki pengaruh secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif. Modernitas memiliki pengaruh secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif. Literasi Ekonomi, Konformitas Teman Sebaya, dan Modernitas memiliki pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap Perilaku Konsumtif.

#### **D. Hubungan Antar Variabel**

##### 1. Hubungan antara literasi ekonomi dengan perilaku konsumtif

Menurut Peter G. Sina (2012) menyebutkan bahwa literasi ekonomi dapat merubah perilaku seseorang yang kurang cerdas menjadi lebih cerdas. Hal ini dapat dilihat bagaimana memaksimalkan pendapatan secara efisien seperti konsumsi, menabung, berinvestasi, proteksi serta guna memenuhi kebutuhan hidup. Literasi ekonomi berguna untuk meminimalisir perilaku konsumtif mahasiswa ketika berkonsumsi.<sup>41</sup> Menurut Dias Kanserina (2015) mahasiswa dengan literasi ekonomi yang baik akan memiliki pengetahuan bagaimana mengelola keuangan, kualitas produk, pemenuhan kebutuhan dan dapat selektif dalam melakukan kegiatan konsumsi dan dapat meminimalisir sikap

---

<sup>41</sup>Peter Garlnas Sina, "Analisis Literasi Ekonomi," *Jurnal Economia*, (2012), 142.

konsumtif.<sup>42</sup> Literasi ekonomi dapat menjadi pedoman bagi mahasiswa dalam menetapkan skala prioritas ketika melakukan kegiatan konsumsi. Penelitian lain yang dilakukan oleh Mukarramah, dkk (2020) menyebutkan bahwa literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Mengidentifikasi bahwa semakin tinggi kualitas literasi ekonomi yang dimiliki mahasiswa dan diterapkan di kehidupan sehari-hari maka akan semakin cerdas dalam berkonsumsi dan bisa mengurangi tingkat konsumtif.<sup>43</sup>

2. Hubungan antara konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif

Menurut Perdana dan Mujiasih (2017) menyebutkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif. Hal ini terjadi apabila ada tendensi untuk menyamakan diri dengan teman sebaya seperti berperilaku, berpakaian, bergaya, berkegiatan, dan lain sebagainya.<sup>44</sup> Berdasarkan korelasi yang signifikan antara konformitas dan perilaku konsumtif, dapat dijelaskan bahwa salah satu faktor yang berperan dalam pembentukan perilaku konsumtif seseorang adalah konformitas. Semakin tinggi tingkat konformitas seorang remaja dalam kelompoknya, akan semakin mudah

---

<sup>42</sup>Dias Kanserina, "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015," *Jurnal*, (2015), 1-11.

<sup>43</sup>Mukarramah, dkk, "Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *Indonesian Journal Of Social And Educational Studies*, 1 (2020), 96-101.

<sup>44</sup>Putra Idham Perdana, Endah Mujiasih, "Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Membeli Pakaian Pada Mahasiswa Angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro," *Jurnal Empati*, 6 (2018), 195-208.

terpengaruh untuk berperilaku konsumtif.<sup>45</sup> Menurut Schiffman dan Kanuk (2008), kelompok referensi khususnya teman sebaya memiliki pengaruh kuat dikarenakan merupakan tempat bagi individu dalam melakukan perbandingan, memberikan nilai, informasi dan menyediakan petunjuk dalam melakukan suatu proses konsumsi. Seseorang akan berperilaku konsumtif dengan mengacu pada sesuatu yang ditetapkan oleh kelompoknya dan erat kaitannya dengan adanya pengakuan dari kelompok tersebut terhadap individu yang ada di dalamnya.<sup>46</sup> Menurut Sumartono (2002) mengungkapkan bahwa konsumsi yang berlebihan sangatlah ditentukan oleh kelompok referensi dalam hal ini adalah kelompok teman sebaya. Kelompok teman sebaya memiliki pengaruh kuat dalam membentuk perilaku konsumsi individu, yang digunakan sebagai alat dalam membandingkan dan mengevaluasi situasi-situasi individual. Konsumen remaja memiliki karakteristik mudah dipengaruhi oleh kelompok teman sebaya dan juga memiliki kontrol eksternal yang lebih tinggi dibandingkan dengan kontrol internal.<sup>47</sup>

### 3. Hubungan antara modernitas terhadap perilaku konsumtif

Berdasarkan penelitian Kumalasari dan Soesilo (2019) menyebutkan modernitas individu berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan tingkat modernitas individu yang tinggi. Semakin

---

<sup>45</sup>Made Indah Yuliantari Dan Yohanes Kartika Herdiyanto, "Hubungan Antara Konformitas Dan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putrid Di Kota Denpasar," *Jurnal Psikologi Udayana*, 2 (2015), 89-99.

<sup>46</sup>Hanindya Sucita Putri dan Ending Sri Indrawati, "Hubungan Antara Konformitas Terhadap Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswi Di SMA Semesta Semarang," *Jurnal Empati*, 5 (2016), 503-506.

<sup>47</sup>Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan: Menerobos Imbas Pesan Iklan Televisi*, 122-123.

tinggi modernitas individu maka akan meningkat pula perilaku konsumtif. Hal tersebut dapat dilihat dengan seringnya mahasiswa yang mengunjungi tempat-tempat pembelanjaan, tempat hiburan ataupun tempat yang sedang tren. Hal ini dikarenakan mahasiswa mengikuti perkembangan zaman tren yang ada sehingga mereka mengkonsumsi barang atau jasa yang mereka seharusnya tidak butuhkan, namun hanya sebagai keinginan/ kesenangan saja.<sup>48</sup> Tingginya modernitas individu akan mempengaruhi perilaku konsumtifnya. Dengan segala macam perkembangan kebutuhan membuat individu harus mengkonsumsi lebih banyak apabila individu tersebut menjadi seorang yang modern. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya trend fashion yang saat ini diminati masyarakat terutama di kalangan remaja khususnya mahasiswa. Mahasiswa selalu mengetahui apa saja yang sedang menjadi trend, hal inilah yang membuat perilaku konsumtif mahasiswa lebih tinggi.<sup>49</sup>

#### 4. Hubungan literasi ekonomi, konformitas teman sebaya, dan modernitas terhadap perilaku konsumtif

Menurut Entin Jumantini (2017) menyebutkan bahwa perilaku konsumsi yang tinggi dipengaruhi secara positif oleh tinggi rendahnya modernitas individu, lingkungan sosial, tingkat ekonomi literasi seseorang dan gaya hidup yang dianut. Konsumen akan konsumtif

---

<sup>48</sup>Dewi Kumalasari, Yohanes Hadi Soesilo, "Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku Dan Control Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang," *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12, (2019), 61-71.

<sup>49</sup>Wanda, dkk, "Perilaku Konsumtif: Literasi Keuangan, Pengetahuan Ekonomi Dan Modernitas Individu," *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 2 (2017), 3-6.

apabila termotivasi untuk membeli produk dalam rangka mempertahankan atau mengejar gaya hidup tertentu.<sup>50</sup>

## E. Hipotesis

Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang berasal dari kerangka pemikiran yang telah dibuat. Hipotesis merupakan pernyataan tentatif untuk melihat ada tidaknya pengaruh antara dua variabel atau lebih. Dapat juga diartikan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah.<sup>51</sup>

Dari penjelasan tersebut, hipotesis yang merupakan dugaan awal atau jawaban sementara yang mana harus dibuktikan dengan penelitian lebih lanjut, maka peneliti mengajukan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) dan hipotesis nihil ( $H_0$ ) adalah sebagai berikut:

### 1. Pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif

Literasi ekonomi menurut Bank Indonesia merupakan pengetahuan dasar mengenai prinsip-prinsip ekonomi dan keuangan (*Economic & Financial Knowledge*) serta memiliki keterampilan (*financial skill*) dan keyakinan (*financial confident*) dalam mengelola sumber keuangannya (*financial behaviour*) secara tepat guna untuk mencapai kesejahteraan (*well-being*).<sup>52</sup> Indikator dari literasi ekonomi dapat menjelaskan pendapatan individu, dapat menjelaskan bagaimana memaksimalkan

---

<sup>50</sup>Entin Jumantini, "The Influences Of Individual Modernity, Social Environment, And Economic Literacy On Lifestyle And Their Implications On Student's Consumptive Behavior," *International Conference On Economic Education And Entrepreneurship*, (2017), 225-229.

<sup>51</sup>V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2019), 44.

<sup>52</sup>Bank Indonesia, *Literasi Ekonomi Syariah* (Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2020), 8.

penggunaan sumber daya terbatas, dapat menganalisa biaya dan manfaat suatu transaksi ekonomi, dan dapat menganalisis biaya dan manfaat suatu pengambilan keputusan terkait ekonomi. Berdasarkan penelitian dari Ai Nur Solihat dan Syamsudin Arnasik (2018) menyebutkan bahwa literasi ekonomi berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, hal ini apabila terjadi peningkatan literasi ekonomi mahasiswa maka akan semakin rasional perilaku konsumtif mahasiswa.<sup>53</sup>

Hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

Ho1 : Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif.

Ha1 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif.

## 2. Pengaruh konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif

Myers (2010) berpendapat bahwa konformitas merupakan suatu perubahan perilaku pada individu sebagai suatu akibat dari adanya tekanan kelompok.<sup>54</sup> Indikator konformitas teman sebaya adalah pengaruh normatif dan pengaruh informasional. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hasil penelitian yang dilakukan oleh Perdana dan Mujiasih (2018) menyebutkan adanya hubungan positif antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif, semakin tinggi konformitas teman sebaya maka semakin tinggi perilaku konsumtif

<sup>53</sup>Ai Nur Solihat Da Syamsudin Arnasik, "Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi," *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 1 (2018), 1-11.

<sup>54</sup> Myers G. David, *Psikologi Sosial* (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), 253.

mahasiswa, demikian pula sebaliknya semakin rendah konformitas teman sebaya maka semakin rendah perilaku konsumtif.<sup>55</sup> Oleh karena itu hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

Ho2 : Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif.

Ha2 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif.

### 3. Pengaruh modernitas terhadap perilaku konsumtif

Menurut Kartasasmita (1997) modernitas disebutkan sebagai suatu sistem tema atau model dimana suatu masyarakat modern dengan derajat rasionalitas yang tinggi dalam artian bahwa kegiatan-kegiatan dalam masyarakat yang demikian itu terselenggara berdasarkan nilai-nilai dan pola-pola yang objektif, efektif, dan efisien.<sup>56</sup> Indikator dari modernitas adalah bersifat rasional, bersifat futuristik, bersifat terbuka, dan berfikir objektif. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dewi Kumalasari dan Yohanes Hadi Soesilo (2019) menyebutkan bahwa modernitas individu berpengaruh secara positif terhadap perilaku konsumtif.

Hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho3 : Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara modernitas terhadap perilaku konsumtif.

<sup>55</sup>Putra Idham Perdana, Endah Mujiasih, "Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Membeli Pakaian Pada Mahasiswa Angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro," *Jurnal Empati*, 6 (2018), 195-208.

<sup>56</sup>Ginandjar Kartasasmita, *Tantangan Pembangunan Memasuki Abad Baru* (Yogyakarta: Munas VIII Universitas Gajah Mada, 1997), 4.

Ha3 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara modernitas terhadap perilaku konsumtif.

4. Pengaruh literasi ekonomi, konformitas teman sebaya, dan modernitas terhadap perilaku konsumtif

Menurut Sumartono (2002) menyebutkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku yang dilakukan tidak pada dasar pertimbangan yang rasional, tetapi dikarenakan adanya keinginan atau hasrat yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi.<sup>57</sup> Indikator dari perilaku konsumtif adalah konsumen cepat tertarik terhadap iming-iming hadiah atau bonus, konsumen cenderung memilih produk terhadap kemasan menarik, konsumen memilih produk dikarenakan gengsi, membeli produk terhadap pertimbangan harga bukan karena manfaat, konformitas model yang mengiklan produk, dan penilaian barang mahal akan menimbulkan percaya diri.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Siti Nurjanah, dkk (2018) menyebutkan bahwa literasi ekonomi berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif dan variabel konformitas berpengaruh positif secara signifikan terhadap perilaku konsumtif.<sup>58</sup> Untuk penelitian lain yang dilakukan oleh Risnawati, dkk (2018) menyebutkan bahwa tidak terdapat pengaruh secara langsung literasi ekonomi terhadap

---

<sup>57</sup>Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan: Menerobos Imbas Pesan Iklan Televisi* (Bandung: Alfabeta, 2002), 117.

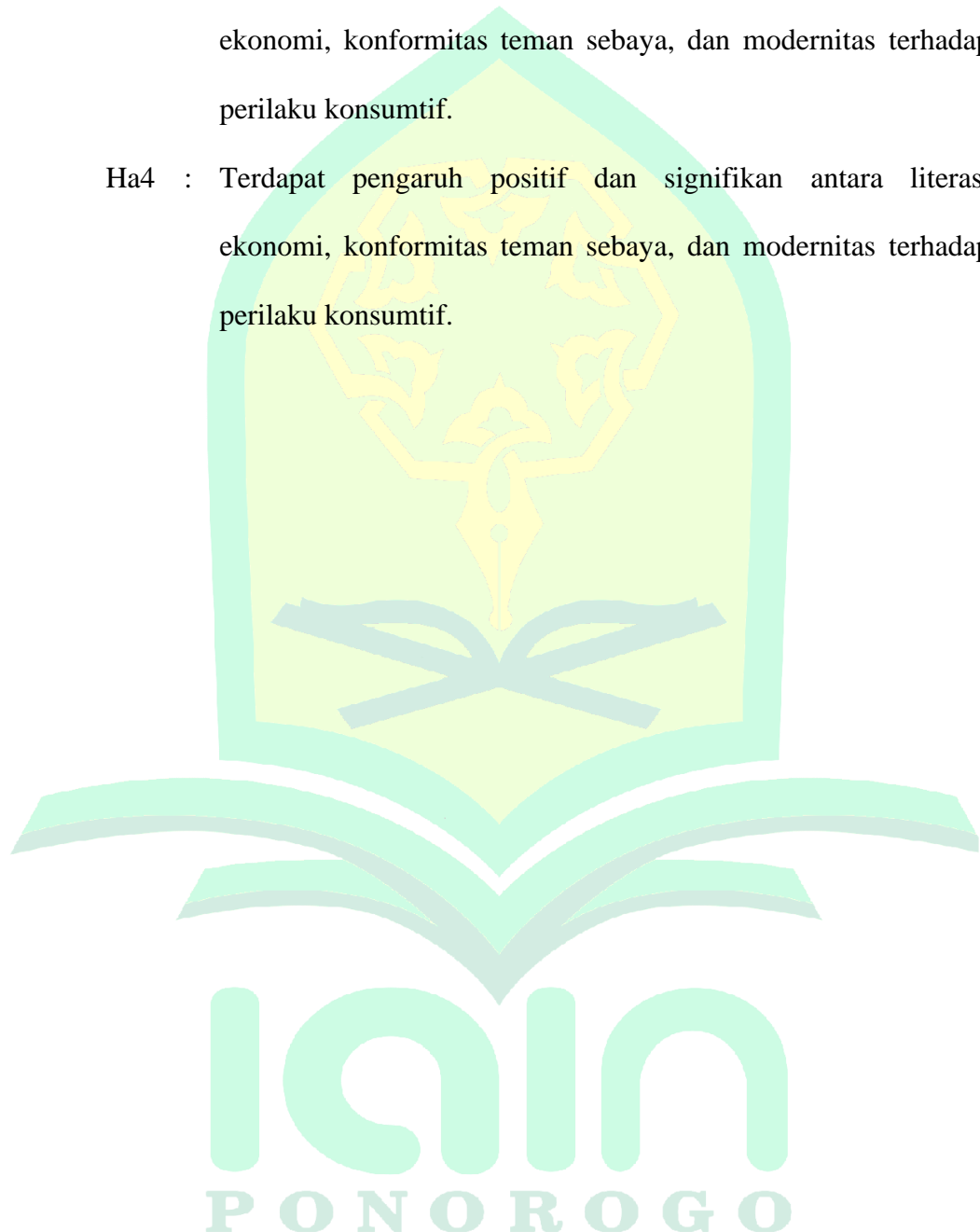
<sup>58</sup>Siti Nurjanah, "Effect Of Economic Literacy And Conformity On Student Consumptive Behavior," *Jurnal Dinamika Pendidikan*, 2 (2018), 198-207.



perilaku konsumtif dan variabel modernitas berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.<sup>59</sup>

Ho4 : Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara literasi ekonomi, konformitas teman sebaya, dan modernitas terhadap perilaku konsumtif.

Ha4 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara literasi ekonomi, konformitas teman sebaya, dan modernitas terhadap perilaku konsumtif.



---

<sup>59</sup>Risnawati, Sri Umi Mintarti, Cipto Wardoyo, "Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga, Gaya Hidup, Modernitas Individu, Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa," *Jurnal Pendidikan*, 3, (2018), 430-436.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Rancangan penelitian diartikan sebagai pedoman atau prosedur serta teknik dalam perencanaan penelitian yang akan dilakukan yang berguna sebagai panduan untuk membangun strategi yang menghasilkan model penelitian. Penelitian yang dilakukan ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan menggunakan desain penelitian deskriptif dan asosiatif. Penelitian deskriptif dilakukan untuk memberikan sebuah gambaran yang lebih detail mengenai suatu gejala atau fenomena dan hasil dari penelitian ini biasanya berupa tipologi atau pola-pola mengenai suatu fenomena yang sedang dibahas.<sup>1</sup> Sedangkan penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh antara dua variabel atau lebih.<sup>2</sup>

Penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar literasi ekonomi, konformitas teman sebaya, dan modernitas mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo.

#### **B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

Variabel pada dasarnya diartikan sebagai segala sesuatu yang nantinya akan menjadi objek pengamatan dalam penelitian. Dari pokok masalah dan hipotesis yang telah disebutkan diatas, maka variabel yang akan diteliti dan dianalisis dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi dua macam variabel, yaitu variabel *dependent* (variabel terikat) yang akan diberi simbol

---

<sup>1</sup>Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2008), 37.

<sup>2</sup>V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2019), 49.

terhadap “Y” dan variabel *independent* (variabel bebas) yang diberi simbol “X.” Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas, sedangkan variabel terikat adalah variabel yang menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel lain. Dalam penelitian ini variabel *dependent* adalah perilaku konsumtif, sedangkan untuk variabel *independent* adalah literasi ekonomi, konformitas teman sebaya, dan modernitas. Untuk menyatukan variabel-variabel yang akan diteliti dan dianalisis dalam penelitian ini, maka diperlukan batasan-batasan definisi operasional pada variabel-variabel tersebut.

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat yang dapat diamati dari variabel-variabel tersebut. Definisi operasional digunakan untuk menetapkan bagaimana mengukur suatu variabel.<sup>3</sup> Adapun definisi variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perilaku konsumtif (Y), perilaku konsumtif diartikan sebagai perilaku konsumsi seseorang secara berlebihan tanpa pertimbangan rasionalitas yang lebih mengedepankan kepuasan dan kesenangan semata serta tanpa memperhatikan skala prioritas kebutuhannya.
2. Literasi ekonomi ( $X_1$ ) literasi ekonomi merupakan pengetahuan dan kecakapan untuk mengaplikasikan pemahaman tentang konsep ekonomi, keterampilan agar dapat membuat keputusan yang efektif dalam konteks finansial serta ekonomi guna meningkatkan kesejahteraan.

---

<sup>3</sup>Syahrudin dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2014), 109.

3. Konformitas ( $X_2$ ) konformitas teman sebaya merupakan penyesuaian sikap, perilaku serta kepercayaan individu dengan anggota kelompoknya agar sesuai dengan norma sosial atau norma kelompok yang berlaku dikarenakan adanya tendensi tekanan kelompok dengan tingkat usia ataupun tingkat kedewasaan yang sama.
4. Modernitas ( $X_3$ ) modernitas diartikan sebagai sikap dan perilaku seseorang yang mencerminkan gaya kehidupan masyarakat modern dengan rasionalitas tinggi disertai dengan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi secara objektif, efektif dan efisien serta lebih terbuka dan kreatif dalam menerima unsur-unsur baru yang kemajuan.

Untuk menjelaskan definisi operasional dari variabel-variabel yang di teliti, maka dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel indikator berikut:

Tabel 3.1  
Definisi Operasional

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	No. Item Pertanyaan	Sumber
Literasi Ekonomi ( $X_1$ )	Literasi ekonomi merupakan pengetahuan dan kecakapan untuk mengaplikasikan pemahaman tentang konsep ekonomi, keterampilan agar dapat membuat keputusan yang	a. Dapat menjelaskan pendapatan individu. b. Dapat menjelaskan bagaimana memaksimalkan penggunaan sumber daya	1,2 3,4	<i>The National Council on Economic Education (NCEE)</i> dalam Endah Murniatiningsih.

	efektif dalam konteks finansial serta ekonomi guna meningkatkan kesejahteraan.	terbatas. c. Dapat menganalisa biaya dan manfaat suatu transaksi ekonomi. d. Dapat menganalisis biaya dan manfaat suatu pengambilan keputusan terkait ekonomi.	5,6 7,8	
Konformitas Teman Sebaya ( $X_2$ )	Konformitas teman sebaya merupakan penyesuaian sikap, perilaku serta kepercayaan individu dengan anggota kelompoknya agar sesuai dengan norma sosial atau norma kelompok yang berlaku dikarenakan adanya tendensi tekanan kelompok dengan tingkat usia ataupun tingkat	a. Pengaruh normatif b. Pengaruh informasional	1,2 3,4	David G. Myers (2010)

	kedewasaan yang sama.			
Modernitas (X <sub>3</sub> )	Modernitas diartikan sebagai sikap dan perilaku seseorang yang mencerminkan gaya kehidupan masyarakat modern dengan rasionalitas tinggi disertai dengan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi secara objektif, efektif dan efisien serta lebih terbuka dan kreatif dalam menerima unsur-unsur baru yang kemajuan.	<p>a. Bersifat rasional</p> <p>b. Bersifat futuristik</p> <p>c. Bersifat terbuka</p> <p>d. Berfikir objektif</p>	<p>1,2</p> <p>3,4</p> <p>5,6</p> <p>7,8</p>	<p>Deliar Noer dalam Gitaroso (2016)</p>

Perilaku Konsumtif (Y)	Perilaku konsumtif diartikan sebagai perilaku konsumsi seseorang secara berlebihan tanpa pertimbangan rasionalitas yang lebih mengedepankan kepuasan dan kesenangan semata serta tanpa memperhatikan skala prioritas kebutuhannya.	a. Konsumen cepat tertarik terhadap iming-iming hadiah atau bonus.	1,2	Sumartono (2002)
		b. Konsumen memilih produk dikarenakan gengsi.	3,4	
		c. Membeli produk terhadap pertimbangan harga bukan karena manfaat.	5,6	
		d. Konformitas model yang mengiklan produk	7,8	
		e. Penilaian barang mahal akan menimbulkan percaya diri.	9,10	

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi diartikan sebagai keseluruhan elemen yang nantinya akan dijadikan sebagai wilayah generalisasi. Populasi terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik pada kesimpulan.<sup>4</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif IAIN Ponorogo strata pendidikan S1. Alasan penulis memilih mahasiswa S1 IAIN Ponorogo pada penelitian ini dikarenakan melihat realita bagaimana perilaku konsumsi mahasiswa S1 IAIN Ponorogo khususnya dalam hal *fashion*, pakaian yang dikenakan oleh mahasiswa mayoritas sangat *up-to-date* dan saat ini tren belanja online dan pasar online juga sangat masif di kalangan mahasiswa. Selain itu berdasarkan observasi awal, juga menunjukkan bahwa kebanyakan mereka membelanjakan pendapatannya untuk makanan dan minuman dan untuk keperluan kosmetik/ *skincare*.

Mahasiswa S1 IAIN Ponorogo dengan segala latar belakang yang berbeda, dikenal rata-rata mahasiswa tergolong menengah, namun mahasiswa S1 IAIN Ponorogo pada kenyataannya mayoritas *up-to-date* akan *fashion* dan tren pakaian. Jumlah populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif S1 angkatan tahun 2017 (semester 8), 2018 (semester 6), 2019 (semester 4), dan 2020 (semester 2) dari empat (4)

---

<sup>4</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2018), 130.



fakultas di IAIN Ponorogo yang berjumlah 10.706 mahasiswa.<sup>5</sup> Dengan rincian jumlah mahasiswa sebagai berikut:

Tabel 3.2

Jumlah Mahasiswa S1 IAIN Ponorogo Tahun 2017 - 2020

Fakultas	Jumlah Mahasiswa (2017-2020)
FATIK	5.632
FEBI	2.376
FASYA	1.661
FUAD	1.037
<b>Total</b>	<b>10.706</b>

*Data Akademik IAIN Ponorogo Diolah, 15 Februari 2021*

## 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang menjadi objek penelitian yang digunakan sebagai contoh dari sebuah populasi yang bersifat representatif atau mewakili terhadap populasinya.<sup>6</sup> Dalam penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan terhadap menggunakan metode *probability sampling* terhadap pemilihan secara *proportionate stratified random sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan memperhatikan populasi yang memiliki anggota/unsur yang tidak homogen pada suatu tingkatan (strata) secara proporsional. Dalam *proportionate stratified random sampling* pengambilan jumlah sampel pada masing-masing kelompok sebanding dengan jumlah anggota populasi.<sup>7</sup>

<sup>5</sup>Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan-Pendidikan Tinggi, "Pangkalan Data Pendidikan Tinggi-Data Universitas IAIN Ponorogo," dalam <https://forlap.ristekdikti.go.id>, (diakses pada tanggal 15 Februari 2020, pukul 09.35 WIB).

<sup>6</sup> Syahrin dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 113.

<sup>7</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 84.

Pada penelitian ini survei pada responden dilakukan pada 99 mahasiswa. Jumlah tersebut berdasarkan perhitungan terhadap menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+(N \times e^2)}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Populasi

E = Presentasi kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan dalam pengambilan sampel yang dapat ditolerir sebesar 10%

$$n = \frac{10.706}{1 + (10.706 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{10.706}{1 + 107,06}$$

$$n = \frac{10.706}{108,06}$$

$$n = 99,07$$

Pada perhitungan sampel diatas  $n = 99,07$  akan dibulatkan menjadi 99 untuk mempermudah peneliti dalam melakukan perhitungan. Jadi, dalam penelitian ini sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 99 responden dari jumlah populasi yang ada yakni sebanyak 10.706 mahasiswa.

Dari 99 mahasiswa tersebut diketahui pembagian sampel sebagai berikut:

$$1. n_{FATIK} = \frac{N_{FATIK}}{N} \times \frac{5.632}{10.706} \times 100 = 52 = 52$$

$$2. n_{FEBI} = \frac{N_{FEBI}}{N} \times \frac{2.376}{10.706} \times 100 = 22,1 = 22$$

$$3. n_{FASYA} = \frac{N_{FASYA}}{N} \times \frac{1.661}{10.706} \times 100 = 15 = 15$$

$$4. n_{FUAD} = \frac{N_{FUAD}}{N} \times \frac{1.037}{10.706} \times 100 = 9,6 = 10$$

Dari jumlah mahasiswa yang sudah dihitung maka jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3

Jumlah Responden Mahasiswa

No	Fakultas	Sampel
1.	FATIK	52
2.	FEBI	22
3.	FASYA	15
4.	FUAD	10
<b>Total Responden</b>		<b>99</b>

#### D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara-cara yang ditempuh oleh peneliti untuk mengumpulkan data atau informasi yang digunakan dan dapat menjelaskan atau menjawab permasalahan yang diteliti secara objektif.<sup>8</sup> Berikut adalah metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini:<sup>9</sup>

##### 1. Kuesioner atau angket

Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan terhadap cara memberikan seperangkat pertanyaan secara tertulis kepada para responden untuk nantinya dijawab oleh responden.

<sup>8</sup> Syahrudin dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 131.

<sup>9</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 93-94.

Pada penelitian ini dengan menyebarkan angket dengan metode *google form* dan akan disebar secara online melalui media *Whatsapp*, kepada 99 responden yang berisi tentang pengaruh literasi ekonomi, konformitas teman sebaya, dan modernitas terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa aktif semua fakultas (Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Pendidikan, Fakultas Syariah, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, dan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam) S1 IAIN Ponorogo.

## 2. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan terhadap mempelajari dan menganalisis data yang berasal dari literatur terkait dan sumber-sumber yang lainnya yang dianggap mampu memberikan informasi tentang masalah dalam penelitian ini, khususnya dalam hal pengaruh literasi ekonomi, konformitas teman sebaya, dan modernitas terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa IAIN Ponorogo.

## E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian dapat diartikan sebagai suatu alat bantu yang akan digunakan untuk mengumpulkan data untuk mengukur suatu fenomena yang diamati agar menjadi sistematis. Dalam penelitian ini, skala yang digunakan adalah skala *likert* dimana variabel yang diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel yang kemudian indikator tersebut digunakan sebagai tolak ukur dalam menyusun pertanyaan dalam kuesioner.<sup>10</sup> Penggunaan skala *likert* terhadap memberikan kode angka atau skor yang diberikan sebagai berikut:

---

<sup>10</sup> Ibid., 104.

Tabel 3.4  
Skala *Likert*

No	Kategori	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

## F. Validitas dan Reabilitas Instrumen

### 1. Validitas

Validitas merupakan suatu istilah yang menggambarkan kemampuan sebuah instrumen yang digunakan untuk mengukur apa yang ingin diukur. Validitas berarti membicarakan kesahihan sebuah alat ukur untuk mendapatkan data.<sup>11</sup> Untuk menguji suatu validitas instrumen terhadap menggunakan metode korelasi *product moment pearson*, yang digunakan untuk mengetahui suatu tingkat validitas instrument yang akan diteliti. Untuk melakukan uji instrument dapat digunakan terhadap komputer terhadap aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Suatu instrumen dikatakan valid apabila dalam perhitungannya diketahui  $r_{hitung} > r_{tabel}$  terhadap nilai tingkat kesalahan  $\alpha = 5\%$ , sebaliknya apabila nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen tersebut dikatakan tidak valid. Untuk mengetahui nilai pengaruh atau korelasi antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) maka dihitung terhadap menggunakan koefisien korelasi (r), sebagai berikut:

<sup>11</sup> Syahrudin dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 133.

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}\{N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

X = Skor butir

Y = Skor total

N = Jumlah subyek yang diteliti<sup>12</sup>

## 2. Reabilitas

Realibilitas diartikan jika sebuah instrumen penelitian dapat mengukur sebuah variabel pada suatu saat dan kelak nantinya juga dapat digunakan di waktu lainnya untuk mengukur variabel yang sama. Reabilitas merupakan kemampuan alat ukur untuk mengetahui apakah kuesioner (instrumen) memberikan tetap konsisten atau tidak meskipun ada perubahan waktu.<sup>13</sup> Uji reabilitas dilakukan terhadap melakukan uji *Alpha Cronbach*, terhadap rumus sebagai berikut:

$$r_i = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\Sigma \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

$r_i$  = Realibilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\Sigma \sigma_b^2$  = Jumlah varian butir

<sup>12</sup>Eko Putro Widoyo, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2012), 147.

<sup>13</sup>Syahrudin dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 134.

$$\sigma_t^2 = \text{Skor total}^{14}$$

Apabila nilai suatu variabel memiliki nilai *Alpha Cronbach* lebih dari 60% atau (0,6) maka variabel tersebut dikatakan reliabel, begitu sebaliknya apabila nilai *Alpha Cronbach* kurang dari 60% (0,6) maka variabel tersebut tidak reliabel.

## G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

### 1. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data diartikan sebagai suatu proses yang dilakukan untuk mendapatkan data dari setiap variabel yang akan dianalisis. Adapun teknik pengolahan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### a. Pengeditan data (*editing*)

Pengeditan (*editing*) merupakan pemeriksaan atau koreksi hasil data yang telah dikumpulkan. Pengeditan diperlukan karena kemungkinan data yang telah masuk tidak memenuhi syarat atau tidak sesuai terhadap kebutuhan. Kegiatan yang dilakukan dalam pengeditan ini adalah pemeriksaan kuesioner yang telah diisi oleh responden.

#### b. Pengkodean data (*coding*) dan Transformasi Data

Pengkodean data merupakan suatu proses penyusunan yang dilakukan secara sistematis data mentah yang terdapat dalam kuisoner ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca. Kode yang diberikan memiliki makna sebagai data kuantitatif yang dalam bentuk skor.

---

<sup>14</sup>Eko Putro Widoyo, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*, 163.

Transformasi data untuk menjadi sebuah data kuantitatif dapat dilakukan terhadap cara pemberian skor pada setiap jenis data terhadap adanya kaidah dalam skala pengukuran. Untuk skala pengukuran yang dilakukan adalah skala *likert* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi pada seseorang atau sekelompok terhadap fenomena yang ada. Skala *likert* diukur terhadap memberi skor 1 sampai 5. Subyek mendapat nilai dari setiap pertanyaan yang sesuai terhadap nilai skala kategori yang telah diberikan. Untuk penjelasan rentang skor skala *likert* seperti yang telah disebutkan.

c. Tabulasi Data

Tabulasi data merupakan proses menempatkan data yang diperoleh ke dalam bentuk tabel terhadap membuat tabel berisikan data yang sesuai terhadap kebutuhan analisis.<sup>15</sup>

## 2. Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses lanjutan dari proses pengolahan data dan untuk melihat bagaimana menginterpretasikan data, yang kemudia menganalisis data dari hasil yang sudah ada pada tahap hasil pengolahan data.<sup>16</sup> Analisis data yang diolah terhadap statistik guna digunakan untuk memperoleh informasi yang dapat dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah yang berkaitan terhadap penelitian

---

<sup>15</sup>Surya Dharma, *Pengolahan dan Analisis Data Penelitian* (Jakarta: Jakarta: Ditjen PMPTK, 2018), 23-24.

<sup>16</sup>Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 135.



yang dilakukan. Analisis data yang dilakukan adalah terhadap menggunakan analisis regresi linier, sebagai berikut:

a. Analisis Deskriptif Hipotetik

Analisis deskriptif hipotetik digunakan untuk deskripsi mengenai subjek penelitian yang berdasarkan data pada variabel yang diperoleh dari kelompok subjek yang telah diteliti. Untuk melihat suatu tingkat rendah, sedang, dan tinggi pada suatu objek penelitian, digunakan jumlah rata-rata (*mean* hipotetik) dan standar deviasi hipotetik pada setiap variabel. Menurut Azwar dalam Wahyu Widhiarso, menyebutkan bahwa statistik hipotetik adalah suatu teknik rerata dan standar deviasi yang digunakan sebagai bahan penyusunan titik kategori yang didapatkan dari alat ukur.<sup>17</sup>

Untuk mengetahui nilai *mean* hipotetik dan standar deviasi hipotetik sebagai berikut:

$$\mu = \frac{1}{2} (i_{\text{maks}} + i_{\text{min}}) \sum k$$

Keterangan:

- $\mu$  : Rerata Hipotetik  
 $i_{\text{maks}}$  : Skor Maksimal Item  
 $i_{\text{min}}$  : Skor Minimal Item  
 $\sum k$  : Jumlah Item

<sup>17</sup>Wahyu Widhiarso, Pengategorian Data dengan Menggunakan Statistik Hipotetik Dn Statistik Empirik (Yogyakarta: Fakultas Psikologi, Universitas Gajah Mada), 2.

$$\sigma = \frac{1}{6}(X_{\text{maks}} + X_{\text{min}})$$

Keterangan:

$\sigma$  : Deviasi Standar Hipotetik

$X_{\text{maks}}$  : Skor Maksimal Subjek

$X_{\text{min}}$  : Skor Minimal Subjek

$\sum k$  : Jumlah Item<sup>18</sup>

b. Uji asumsi klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal yang agar suatu data bisa digunakan dalam uji F dan uji t. Untuk menguji normalitas, dalam penelitian ini peneliti menggunakan cara uji statistik *Kolmogorov Smirnov*, terhadap hipotesis yang digunakan:

$H_1$  : Residual tidak berdistribusi normal

$H_0$  : Residual berdistribusi normal

Jika nilai signifikan (*p-value*) > 0,05 maka  $H_0$  diterima yang artinya normalitas terpenuhi dan data terdistribusi normal.<sup>19</sup>

2) Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai pengaruh yang linier secara signifikan atau tidak. Regresi yang baik seharusnya terdapat pengaruh yang linier antara variabel dependen dan variable independent. Terhadap dasar

<sup>18</sup> Ibid., 5.

<sup>19</sup> Ibid., 20.

pengambilan keputusan dalam uji linieritas adalah terhadap membandingkan nilai signifikan pada *Deviation from Linearity* terhadap syarat sebagai berikut:

- a) Jika nilai *Deviation from Linearity* Sig.  $> 0.05$  maka terdapat pengaruh yang linier antara variabel dependen dan independen.
- b) Jika nilai *Deviation from Linearity* Sig.  $< 0.05$  maka tidak terdapat pengaruh yang linier antara variabel dependen dan independen.<sup>20</sup>

### 3) Uji heteroskedastisitas

Uji asumsi heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser, terhadap hipotesis sebagai berikut:

$H_1$  : Varian residual tidak homogen (terjadi kasus heteroskedastisitas)

$H_0$  : Varian residual homogen (tidak terjadi kasus heteroskedastisitas)

Jika nilai signifikan (*p-value*) terhadap semua variabel independen  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima yang berarti varian residual homogen (tidak terjadi kasus heteroskedastisitas).<sup>21</sup>

<sup>20</sup> Tunjung Genarsih, *Statistika Ekonomi dan Bisnis* (t.tp., t.th), 22.

#### 4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan yang untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan periode  $t-1$  (sebelumnya). Pada umumnya, autokorelasi terjadi pada data *time series* artinya suatu kondisi sekarang yang dipengaruhi oleh kondisi sebelumnya. Dampak yang diberikan oleh autokorelasi adalah varian sampel yang tidak menggambarkan varian populasi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah autokorelasi.

Kriteria dalam pengambilan keputusan ada tidaknya masalah autokorelasi adalah dengan melihat nilai Durbin Watson (*DW test*). Regresi dikatakan tidak memiliki masalah autokorelasi apabila memiliki nilai Durbin Watson terletak  $du < DW < 4 - du$ . Nilai  $du$  dicari melalui tabel Durbin Watson dengan melihat nilai  $k$  (variabel bebas) dan  $N$  (banyak sampel) dengan nilai signifikan sebesar 5%.<sup>22</sup>

#### 5) Uji Multikolinieritas

Pada uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (variabel independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Terhadap hipotesis yang digunakan:

---

<sup>21</sup> Ibid., 19.

<sup>22</sup> Ibid., 18.

H0 : Tidak terdapat korelasi antar variabel independen  
(tidak terjadi multikolinieritas)

H1 : Terdapat korelasi antar variabel independen  
(terjadi multikolinieritas)

Kriteria untuk menunjukkan gejala multikolinieritas atau tidak terhadap melihat nilai VIF (*Variant Inflation Factor*) dan *Tolerance*. Terhadap ketentuan sebagai berikut:

$Tolerance \geq 0,10$  dan  $VIF < 10$  = Tidak terjadi multikolinieritas

$Tolerance \leq 0,10$  dan  $VIF > 10$  = Terjadi multikolinieritas<sup>23</sup>

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda bertujuan untuk menaksir atau meramalkan nilai dependen bila nilai variabel independen dinaikkan atau diturunkan. Analisis ini didasarkan pada pengaruh satu variabel dependen terhadap satu atau lebih variabel independen. Teknik analisis yang digunakan menguji data terhadap menggunakan model analisis regresi berganda. Dalam penelitian ini, untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen yakni literasi ekonomi ( $X_1$ ), konformitas ( $X_2$ ), dan modernitas ( $X_3$ ) serta satu variabel dependen yakni perilaku konsumtif ( $Y$ ). Terhadap model regresi berganda diasumsikan adanya pengaruh satu garis lurus atau linier antar variabel dependen terhadap masing-masing prediktornya. Model regresi berganda terhadap satu variabel dependen ( $Y$ ) terhadap  $n$  variabel independen ( $X$ ) adalah:

---

<sup>23</sup> Ibid., 16.

$$Y' = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + \dots + b_n.X_n + e$$

Dimana:

- Y' : Nilai Y prediksi  
 X1 : Variabel bebas 1  
 X2 : Variabel bebas 2  
 b1 : Koefisien regresi variabel bebas 1  
 b2 : Koefisien regresi variabel bebas 2  
 X : Kesalahan prediksi (error)<sup>24</sup>

#### 4. Pengujian Hipotesis

##### a. Uji t (Parsial)

Dalam penelitian ini uji t digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial (individual). Uji ini digunakan untuk mengetahui variabel independen yang dominan berpengaruh pada variabel terikat. Uji ini untuk melihat pengaruh dari variabel independen X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> terhadap Y. Jika,

H<sub>1</sub> = variabel berpengaruh signifikan terhadap Y

H<sub>0</sub> = variabel tidak berpengaruh signifikan terhadap Y

Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai  $sig < a$  (0,05) maka H<sub>0</sub> ditolak yang artinya variabel X berpengaruh secara signifikan terhadap Y.<sup>25</sup>

<sup>24</sup> Ibid., 5

<sup>25</sup> Ibid., 8.

b. Uji F (Kesesuaian Model)

Uji F digunakan untuk menguji sesuai atau tidaknya model regresi yang dihasilkan untuk melihat pengaruh dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Terhadap hipotesis yang digunakan:

$H_1$  = Model regresi yang diperoleh sesuai/ signifikan

$H_0$  = Model regresi yang diperoleh tidak sesuai/ signifikan

Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai  $sig < \alpha$  (0,05) maka  $H_0$  ditolak yang artinya model regresi yang diperoleh layak dan signifikan.<sup>26</sup>

c. Uji koefisiensi determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) dikukan terhadap tujuan menjelaskan kemampuan mdel persamaan regresi berganda dalam menjelaskan adanya pengaruh perubahan pada variabel independen terhadap variabel dependen yang diketahui terhadap menghitung nilai *R square* (koefisien determinasi). Apabila nilai  $R^2$  mendekati nilai 1 maka model regresi semakin baik dan kuat, akan tetapi jika mendekatii 0 maka regresi semakin lemah.<sup>27</sup>

Berikut adalah distribusi tabel nilai r beserta tingkat hubungan antar variabel:<sup>28</sup>

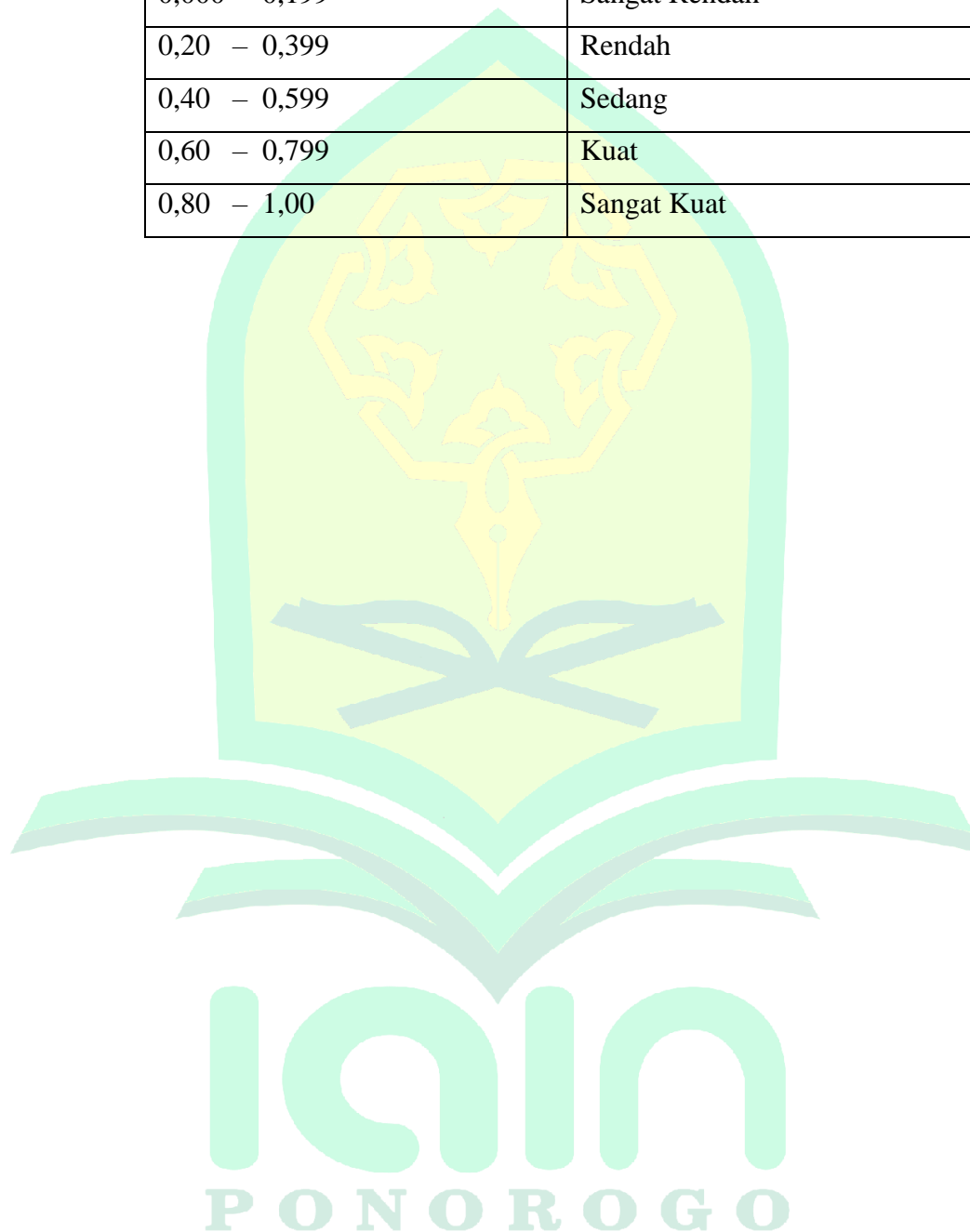
<sup>26</sup> Ibid., 10.

<sup>27</sup> Ibid.

<sup>28</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, 184.

Tabel 3.5  
Interpretasi Nilai r

<b>Interval Koefisiensi</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat





## BAB IV

### PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Institut Agama Islam Ponorogo merupakan peralihan bentuk transformasi dari Sekolah Tinggi Agama Islam Ponorogo (STAIN Ponorogo). Kehadiran IAIN Ponorogo tidak lepas dari Akademi Syari'ah Abdul Wahhab (ASA) sebagai permulaannya, yang didirikan pada tanggal 1 Februari 1968 atas ide KH. Syamsuddin dan KH. Chozin Dawoedy. Akademi ini kemudian dinegerikan pada tanggal 12 Mei 1970 menjadi Fakultas Syari'ah Ponorogo IAIN Sunan Ampel yang dipimpin oleh R.M.H. Aboe Amar Syamsuddin dengan menyelenggarakan Program Sarjana Muda. Selanjutnya tumbuh dan berkembang mulai tahun 1985/1986 dengan menyelenggarakan program Sarjana Lengkap (S-1) dengan membuka Jurusan Qodlo' dan Muamalah Jinayah.

Berdasarkan tuntutan perkembangan dan organisasi Perguruan Tinggi, maka dikeluarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1997 Tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri. Sejak saat itulah semua fakultas di lingkungan IAIN yang berlokasi di luar induk, berubah menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) dan tidak lagi menjadi bagian dari IAIN Sunan Ampel Surabaya. STAIN bersifat otonom dan merupakan unit organik tersendiri di lingkungan Departemen Agama (saat ini: Kementerian Agama) yang dipimpin oleh Ketua yang bertanggung jawab kepada Menteri Agama. Pembinaan STAIN secara fungsional

dilakukan oleh Direktorat Jenderal Kelembagaan Agama Islam Departemen Agama.

Peresmian alih status tersebut ditandai dengan upacara yang diadakan oleh Menteri Agama RI di Jakarta. Setelah upacara peresmian, secara otomatis terjadi pemisahan dan peralihan prinsip antara Rektor IAIN dengan Ketua STAIN masing-masing. Mulai tahun akademik 1997-1998 semua urusan administrasi, pendidikan, ketenagaan, dan keuangan STAIN sepenuhnya dikelola otonom oleh masing-masing STAIN.

STAIN Ponorogo merupakan salah satu dari Fakultas daerah, yaitu Fakultas Syari'ah IAIN Sunan Ampel di Ponorogo, yang dialihstatuskan menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri. STAIN Ponorogo yang berdiri sejak tanggal 21 Maret 1997 M, bertepatan dengan tanggal 12 Dzulqaidah 1417 H. Dengan perubahan status tersebut, maka STAIN Ponorogo dapat membuka tiga Jurusan yaitu Jurusan Syari'ah, Jurusan Tarbiyah, dan Jurusan Ushuluddin.

Keberadaan STAIN Ponorogo berakhir pada tahun 2016 seiring dengan alih status menjadi IAIN Ponorogo. Pada tahun 2016 ini, berdasarkan Perpres 75 tahun 2016, STAIN Ponorogo resmi menjadi IAIN Ponorogo. Tujuan alih status ini adalah perguruan tinggi tidak hanya menyelenggarakan pendidikan profesional dan akademik dalam lingkup satu disiplin ilmu pengetahuan, teknologi atau kesenian tertentu, tetapi lebih luas lagi adalah dapat menyelenggarakan pendidikan profesional dan akademik dalam sekelompok disiplin ilmu pengetahuan, teknologi atau kesenian sejenis.

Selain peningkatan secara kuantitas, keberadaan program studi di lingkungan IAIN Ponorogo juga mengalami peningkatan kualitas. Pada tahun 2015, telah dilaksanakan akreditasi pada program studi baru yang telah berusia dua tahun dan juga reakreditasi bagi program studi lama. Hasilnya, lima program studi baru berhasil terakreditasi B dan lima program studi lama terakreditasi B. Selanjutnya, pada tahun 2016, institusi—semula bernama STAIN Ponorogo—telah mendapatkan akreditasi B dari BAN-PT sesuai SK Nomor: 1146/SK/BAN-PT/Akred/PT/VII/2016. Berhubung terjadi alih status dari STAIN Ponorogo menjadi IAIN Ponorogo, maka BAN-PT melakukan surveilen. Hasilnya, institusi IAIN Ponorogo kembali dinyatakan terakreditasi dengan predikat B.<sup>1</sup>

Sebagai satu-satunya perguruan tinggi negeri di wilayah eks-Karesidenan Madiun, IAIN Ponorogo senantiasa meningkatkan kualitas dan kuantitas pelayanan. IAIN Ponorogo senantiasa memperkuat dan memperluas jaringan nasional dan internasional. Saat ini IAIN Ponorogo memiliki empat (4) fakultas. Fakultas Syariah terdiri dari jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Hukum Keluarga Islam. Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan terdiri dari Jurusan Pendidikan Agama Islam, Pendidikan Bahasa Arab, Tadris Bahasa Inggris, Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Pendidikan Islam Anak Usia Dini, Manajemen Pendidikan Islam, Tadris Ilmu Pengetahuan Alam, Dan Tadris Ilmu Pengetahuan Sosial. Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah terdiri dari jurusan Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir, Komunikasi Dan Penyiaran

---

<sup>1</sup> Institut Agama Islam Negeri Islam Ponorogo, "Sejarah Singkat IAIN Ponorogo," dalam <https://iainponorogo.ac.id>, diakses pada tanggal 22 Maret 2021, pukul 13.00 WIB.

Islam, Dan Bimbingan Penyuluhan Islam. Dan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam terdiri dari jurusan Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah Dan Manajemen Zakat Dan Wakaf.<sup>2</sup>

## B. Deskripsi Data

Dalam penelitian ini, data diperoleh dengan cara pengisian kuesioner melalui *google form* oleh 99 responden. Kuesioner disebarikan melalui whatsapp kepada mahasiswa aktif Institut Agama Islam Negeri Ponorogo semua jurusan. Penelitian ini dilakukan pada 25 Maret 2021 sampai 4 April 2021 dari penelitian ini deskripsi data yang diperoleh adalah sebagai berikut:

### 1. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia Mahasiswa

Data mengenai usia mahasiswa IAIN Ponorogo yang menjadi responden dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.1  
Responden Berdasarkan Usia Mahasiswa

		USIA			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17	1	1.0	1.0	1.0
	18	2	2.0	2.0	3.0
	19	6	6.1	6.1	9.1
	20	15	15.2	15.2	24.2
	21	26	26.3	26.3	50.5
	22	38	38.4	38.4	88.9
	23	9	9.1	9.1	98.0
	24	1	1.0	1.0	99.0
	25	1	1.0	1.0	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah SPSS, 2021.

<sup>2</sup> IAIN Ponorogo, pedoman penyelenggaraan pendidikan tahun akademik 2017-2018 IAIN Ponorogo, 21-25.

Berdasarkan tabel diatas, responden pada penelitian sebanyak 99 responden mahasiswa memiliki rentang umur 17 – 25 tahun. Responden yang tercatat berusia 17 tahun 1 mahasiswa, usia 18 tahun 2 mahasiswa, usia 19 tahun sebanyak 6 mahasiswa, usia 20 tahun sebanyak 15 mahasiswa, usia 21 tahun sebanyak 26 mahasiswa, usia 22 tahun sebanyak 38 mahasiswa, usia 23 tahun sebanyak 9 mahasiswa, usia 24 tahun sebanyak 1 mahasiswa, dan usia 25 tahun sebanyak 1 mahasiswa.

## 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Fakultas

Data mengenai fakultas mahasiswa IAIN Ponorogo yang menjadi responden dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.2  
Responden Berdasarkan Fakultas Mahasiswa

		FAKULTAS			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	FATIK	52	52.5	52.5	52.5
	FEBI	22	22.2	22.2	74.7
	FASYA	15	15.2	15.2	89.9
	FUAD	10	10.1	10.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah SPSS, 2021.

Berdasarkan tabel tersebut, sebaran responden pada setiap fakultas sesuai dengan jumlah sampel yang telah ditentukan dari 99 responden mahasiswa di semua fakultas IAIN Ponorogo. Mahasiswa FATIK sebanyak 52 mahasiswa (52,5%), mahasiswa FEBI sebanyak 22 mahasiswa (22,2%), Mahasiswa FASYA sebanyak 15 mahasiswa (15,2%), mahasiswa FUAD sebanyak 10 mahasiswa (10,1%).

### 3. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data mengenai jenis kelamin mahasiswa IAIN Ponorogo yang menjadi responden dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.3  
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Mahasiswa

		JENIS KELAMIN			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PEREMPUAN	82	82.8	82.8	82.8
	LAKI-LAKI	17	17.2	17.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah SPSS, 2021.

Berdasarkan tabel tersebut, dari 99 responden mahasiswa sebanyak 82 mahasiswa berjenis kelamin perempuan (82,8%) dan laki-laki sebanyak 17 mahasiswa (17,2%).

### 4. Deskripsi Responden Berdasarkan Sumber Pendapatan Pribadi Mahasiswa

Data mengenai sumber pendapatan pribadi mahasiswa IAIN Ponorogo yang menjadi responden dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.4  
Responden Berdasarkan Sumber Pendapatan Mahasiswa

		SUMBER PENDAPATAN			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	DARI ORANG TUA	78	78.8	78.8	78.8
	BEKERJA	21	21.2	21.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah SPSS, 2021.

Dari data tabel tersebut, menunjukkan bahwa sebanyak 78 mahasiswa (78,8%) bersumber pendapatan dari orang tua sedangkan sebanyak 21 mahasiswa (21,2%) telah bekerja.

#### 5. Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran Pribadi

Data mengenai pengeluaran pribadi mahasiswa IAIN Ponorogo yang menjadi responden dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.5  
Responden Berdasarkan Pengeluaran Pribadi Mahasiswa

		PENGELUARAN			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp 500.000	67	67.7	67.7	67.7
	DARI Rp 500.000 - Rp 1.000.000	30	30.3	30.3	98.0
	> Rp 1.000.000	2	2.0	2.0	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah SPSS, 2021.

Berdasarkan tabel tersebut, jumlah mahasiswa yang memiliki pengeluaran kurang dari Rp 500.000 sejumlah 67 mahasiswa (67,7%), mahasiswa dengan pengeluaran senilai dari Rp 500.000-Rp 1.000.000 sebanyak 30 mahasiswa (30,3%), dan mahasiswa dengan pengeluaran lebih dari Rp 1.000.000 sebanyak 2 mahasiswa.

### C. Hasil Pengujian Instrumen (validitas dan Realibilitas)

#### 1. Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas instrumen penelitian, dilakukan dengan mengambil sampel sebanyak 30 responden. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui suatu instrumen kuesioner valid atau tidak. Suatu instrumen dikatakan valid apabila nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Untuk  $N = 30$  dengan sig. 5%

diperoleh nilai sebesar 0,361. Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS. Berikut hasil uji validitas pada setiap instrumen variabel:

Tabel 4.6  
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kriteria
Literasi Ekonomi ( $X_1$ )	1	0,819	0,361	Valid
	2	0,768	0,361	Valid
	3	0,710	0,361	Valid
	4	0,682	0,361	Valid
	5	0,590	0,361	Valid
	6	0,487	0,361	Valid
	7	0,719	0,361	Valid
	8	0,667	0,361	Valid
Konformitas Teman Sebaya ( $X_2$ )	1	0,758	0,361	Valid
	2	0,785	0,361	Valid
	3	0,852	0,361	Valid
	4	0,849	0,361	Valid
Modernitas ( $X_3$ )	1	0,573	0,361	Valid
	2	0,554	0,361	Valid
	3	0,627	0,361	Valid
	4	0,557	0,361	Valid
	5	0,628	0,361	Valid
	6	0,542	0,361	Valid
	7	0,424	0,361	Valid
	8	0,687	0,361	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	1	0,526	0,361	Valid
	2	0,632	0,361	Valid
	3	0,581	0,361	Valid
	4	0,545	0,361	Valid
	5	0,485	0,361	Valid
	6	0,730	0,361	Valid
	7	0,480	0,361	Valid
	8	0,625	0,361	Valid
	9	0,583	0,361	Valid
	10	0,642	0,361	Valid

Sumber: Data Hasil Pengelolaan SPSS Tahun 2021

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa semua pertanyaan dinyatakan valid karena nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Butir pertanyaan Literasi Ekonomi ( $X_1$ ) item pertanyaan 1 sampai 8 dinyatakan valid. Butir pertanyaan



Konformitas Teman Sebaya (X<sub>2</sub>) item pertanyaan 1 sampai 4 dinyatakan valid. Butir pertanyaan Modernitas (X<sub>3</sub>) item pertanyaan 1 sampai 8 dinyatakan valid. Butir pertanyaan Perilaku Konsumtif (Y) item pertanyaan 1 sampai 10 dinyatakan valid. Hal ini menjadikan semua butir instrumen layak dijadikan pertanyaan dalam kuesioner dan uji data selanjutnya.

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat dan mengukur konsistensi suatu kuesioner. Suatu variabel dikatakan baik apabila memiliki nilai *cronbach's Alpha* > dari 0,60. Hasil dari uji reliabilitas untuk variabel penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.7  
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel Penelitian	<i>cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1.	Literasi Ekonomi(X <sub>1</sub> )	0,831	Reliabel
2.	Konformitas Teman Sebaya (X <sub>2</sub> )	0,824	Reliabel
3.	Modernitas (X <sub>3</sub> )	0,676	Reliabel
4.	Perilaku Konsumtif (Y)	0,783	Reliabel

Sumber: Data Hasil Pengelolaan SPSS Tahun 2021

Dari tabel tersebut, nilai *cronbach's Alpha* untuk setiap variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, dan Y berturut-turut adalah 0,831, 0,824, 0,676 dan 0,783 lebih besar dari 0,60. Dapat disimpulkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel serta layak untuk selanjutnya dilakukan uji data.

## D. Analisis Data

### 1. Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk deskripsi mengenai subjek penelitian yang berdasarkan data pada variabel yang diperoleh dari kelompok subjek yang telah diteliti.

Untuk melihat suatu tingkat rendah, sedang, dan tinggi pada suatu objek penelitian, digunakan jumlah rata-rata (*mean* hipotetik) dan standar deviasi hipotetik pada setiap variabel. Dari hasil perhitungan *mean* hipotetik dan standar deviasi hipotetik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### a. Analisis Deskriptif Variabel Literasi Ekonomi

Tabel 4.8

Perhitungan *Mean* Hipotetik dan Deviasi Standar Hipotetik

Literasi Ekonomi	
<i>Mean</i> Hipotetik	Deviasi Standar Hipotetik
$\mu = \frac{1}{2} (i_{\text{maks}} + i_{\text{min}}) \sum k$	$\sigma = \frac{1}{6} (X_{\text{maks}} + X_{\text{min}})$
$= \frac{1}{2} (5 + 1) 8$	$\sigma = \frac{1}{6} (40 + 8)$
$= \frac{1}{2} (6) 8$	$\sigma = \frac{1}{6} (48)$
$= 24$	$\sigma = 8$

Dari hasil perhitungan tersebut, variabel literasi ekonomi memiliki nilai *mean* hipotetik adalah 24 dan nilai deviasi standar hipotetik adalah 8. Dengan hasil tersebut, selanjutnya dibuat kategorisasi pada variabel literasi ekonomi, sebagai berikut penjabarannya:

Tabel 4.9  
Kategorisasi Tingkatan pada Literasi Ekonomi

Kategori	Kriteria	Jumlah Subjek	Presentase
Rendah	$X < \mu - 1\sigma$ $X < 24 - 8$ $X < 16$	-	-
Sedang	$\mu - 1\sigma \leq X < \mu + 1\sigma$ $24 - 8 \leq X < 24 + 8$ $16 \leq 32$	23	23,2%
Tinggi	$X > \mu + 1\sigma$ $X > 24 + 8$ $X > 32$	76	76,8%

Dari hasil kategori tingkatan pada variabel literasi ekonomi menunjukkan bahwa tingkat literasi mahasiswa IAIN Ponorogo diketahui terdapat 23 mahasiswa (23,2%) menyatakan dalam kategori literasi ekonomi sedang, dan sebanyak 76 mahasiswa (76,8%) menyatakan dalam kategori literasi ekonomi tinggi. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa dari sampel penelitian yang diambil menyatakan tingkat literasi ekonomi mahasiswa IAIN Ponorogo dalam kategori tinggi.

b. Kategorisasi Data Variabel Konformitas Teman Sebaya

Tabel 4.10

Perhitungan *Mean* Hipotetik Dan Deviasi Standar Hipotetik

Konformitas Teman Sebaya	
<i>Mean</i> Hipotetik	Deviasi Standar Hipotetik
$\mu = \frac{1}{2} (i_{\text{maks}} + i_{\text{min}}) \sum k$ $= \frac{1}{2} (5 + 1) 4$ $= \frac{1}{2} (6) 4$ $= 12$	$\sigma = \frac{1}{6} (X_{\text{maks}} + X_{\text{min}})$ $\sigma = \frac{1}{6} (20 + 5)$ $\sigma = \frac{1}{6} (15)$ $\sigma = 2,5$

Dari hasil perhitungan tersebut, variabel konformitas teman sebaya memiliki nilai *mean* hipotetik adalah 12 dan nilai deviasi standar hipotetik

adalah 2,5. Dengan hasil tersebut, selanjutnya dibuat kategorisasi pada variabel konformitas teman sebaya, sebagai berikut penjabarannya:

Tabel 4.11  
Kategorisasi Tingkatan pada Konformitas Teman Sebaya

Kategori	Kriteria	Jumlah Subjek	presentase
Rendah	$X < \mu - 1\sigma$ $X < 12 - 2,5$ $X < 9,5$	14	14,1%
Sedang	$\mu - 1\sigma \leq X < \mu + 1\sigma$ $12 - 2,5 \leq X < 12 + 2,5$ $9,5 \leq 14,5$	56	56,6%
Tinggi	$X > \mu + 1\sigma$ $X > 12 + 2,5$ $X > 14,5$	29	29,3%

Dari hasil kategori tingkatan pada variabel konformitas teman sebaya menunjukkan bahwa tingkat konformitas teman sebaya mahasiswa IAIN Ponorogo diketahui terdapat 14 mahasiswa (14,1%) menyatakan dalam kategori konformitas teman sebaya rendah, sebanyak 56 mahasiswa (56,6%) menyatakan dalam kategori konformitas teman sebaya sedang, dan sebanyak 29 mahasiswa (29,3%) menyatakan kategori konformitas teman sebaya tinggi. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa dari sampel penelitian yang diambil menyatakan tingkat konformitas teman sebaya mahasiswa IAIN Ponorogo dalam kategori sedang.

## c. Kategorisasi Data Variabel Modernitas

Tabel 4.12

Perhitungan *Mean* Hipotetik Dan Deviasi Standar Hipotetik

Modernitas	
<i>Mean</i> Hipotetik	Deviasi Standar Hipotetik
$\mu = \frac{1}{2} (i_{\text{maks}} + i_{\text{min}}) \sum k$ $= \frac{1}{2} (5 + 1) 8$ $= \frac{1}{2} (6) 8$ $= 24$	$\sigma = \frac{1}{6} (X_{\text{maks}} + X_{\text{min}})$ $= \frac{1}{6} (40 + 8)$ $= \frac{1}{6} (48)$ $\sigma = 8$

Dari hasil perhitungan tersebut, variabel modernitas memiliki nilai *mean* hipotetik adalah 24 dan nilai deviasi standar hipotetik adalah 8. Dengan hasil tersebut, selanjutnya dibuat kategorisasi pada variabel modernitas, sebagai berikut penjabarannya:

Tabel 4.13

Kategorisasi Tingkatan pada Modernitas

Kategori	Kriteria	Jumlah Subjek	Presentase
Rendah	$X < \mu - 1\sigma$ $X < 24 - 8$ $X < 16$	-	-
Sedang	$\mu - 1\sigma \leq X < \mu + 1\sigma$ $24 - 8 \leq X < 24 + 8$ $16 \leq 32$	48	48,5%
Tinggi	$X > \mu + 1\sigma$ $X > 24 + 8$ $X > 32$	51	51,5%

Dari hasil kategori tingkatan pada variabel modernitas menunjukkan bahwa tingkat modernitas mahasiswa IAIN Ponorogo diketahui terdapat 48 mahasiswa (48,5%) menyatakan dalam kategori modernitas sedang, dan sebanyak 51 mahasiswa (51,5%) menyatakan dalam kategori modernitas tinggi. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa dari sampel

penelitian yang diambil menyatakan tingkat modernitas mahasiswa IAIN Ponorogo dalam kategori tinggi.

d. Kategorisasi Data Variabel Perilaku Konsumtif

Tabel 4.14

Perhitungan *Mean* Hipotetik Dan Deviasi Standar Hipotetik

Perilaku Konsumtif	
<i>Mean</i> Hipotetik	Deviasi Standar Hipotetik
$\mu = \frac{1}{2} (i_{\text{maks}} + i_{\text{min}}) \sum k$ $= \frac{1}{2} (5 + 1) 10$ $= \frac{1}{2} (6) 10$ $= 30$	$\sigma = \frac{1}{6} (X_{\text{maks}} + X_{\text{min}})$ $\sigma = \frac{1}{6} (50 + 10)$ $\sigma = \frac{1}{6} (55)$ $\sigma = 9,16$

Dari hasil perhitungan tersebut, variabel perilaku konsumtif memiliki nilai *mean* hipotetik adalah 30 dan nilai deviasi standar hipotetik adalah 9,16. Dengan hasil tersebut, selanjutnya dibuat kategorisasi pada variabel perilaku konsumtif, sebagai berikut penjabarannya:

Tabel 4.15

Kategorisasi Tingkatan pada Perilaku Konsumtif

Kategori	Kriteria	Jumlah Subjek	Presentase
Rendah	$X < \mu - 1\sigma$ $X < 30 - 9,16$ $X < 20,84$	3	3,0%
Sedang	$\mu - 1\sigma \leq X < \mu + 1\sigma$ $30 - 9,16 \leq X < 30 + 9,16$ $20,84 \leq 39,16$	78	78,8%
Tinggi	$X > \mu + 1\sigma$ $X > 30 + 9,16$ $X > 39,16$	18	18,2%

Dari hasil kategori tingkatan pada variabel perilaku konsumtif menunjukkan bahwa tingkat perilaku konsumtif mahasiswa IAIN

Ponorogo diketahui terdapat 3 mahasiswa (3%) menyatakan dalam kategori perilaku konsumtif rendah, sebanyak 78 mahasiswa (78,8%) menyatakan dalam kategori perilaku konsumtif sedang, dan sebanyak 18 mahasiswa (18,2%) menunjukkan dalam kategori perilaku konsumtif tinggi. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa dari sampel penelitian yang diambil menyatakan tingkat perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo dalam kategori sedang.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah suatu variabel regresi memiliki distribusi normal yang agar suatu data bisa digunakan dalam uji F dan uji t. Jika nilai signifikan ( $p\text{-value}$ )  $> 0,05$  maka residual berdistribusi normal. Untuk menguji normalitas, dalam penelitian ini peneliti menggunakan cara uji statistik *Kolmogorov Smirnov*.

Tabel 4.16

### Hasil Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.96047527
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.058
	Negative	-.055
Kolmogorov-Smirnov Z		.582
Asymp. Sig. (2-tailed)		.887

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data Hasil Pengelolaan SPSS Tahun 2021

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan cara uji statistik *Kolmogorov Smirnov*, menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,887 > 0,05$ , maka dapat diartikan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

b. Uji linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai pengaruh yang linier secara signifikan atau tidak. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah terhadap membandingkan nilai signifikan pada *Deviation from Linearity*. Jika nilai *Deviation from Linearity Sig.*  $> 0.05$  maka terdapat pengaruh yang linier antara variabel dependen dan independen. Berikut hasil uji linearitas variabel literasi ekonomi (X1), konformitas teman sebaya (X2), modernitas (X3) dan variabel perilaku konsumtif (Y):

Tabel 4.17

Hasil Uji Linearitas X1 dan Y

Variabel	F	Sig	Keterangan
Perilaku Konsumtif*Literasi Ekonomi	0,964	0,493	Terdapat hubungan linier

Sumber: Data Hasil Pengelolaan SPSS Tahun 2021

Berdasarkan tabel, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel literasi ekonomi adalah  $0,493 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel literasi ekonomi dengan perilaku konsumtif.



Tabel 4.18  
Hasil Uji Linearitas X2 dan Y

Variabel	F	Sig	Keterangan
Perilaku Konsumtif*Konfomitas Teman Sebaya	0,819	0,639	Terdapat hubungan liniar

Sumber: Data Hasil Pengelolaan SPSS Tahun 2021

Berdasarkan tabel, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel konfomitas teman sebaya adalah  $0,639 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif.

Tabel 4.19  
Hasil Uji Linearitas X3 dan Y

Variabel	F	Sig	Keterangan
Perilaku Konsumtif*Modernitas	0,905	0,551	Terdapat hubungan liniar

Sumber: Data Hasil Pengelolaan SPSS Tahun 2021

Berdasarkan tabel, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel modernitas adalah  $0,551 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel modernitas dengan perilaku konsumtif.

c. Uji heterokedastisitas

Uji asumsi heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika nilai signifikan (*p-value*) terhadap semua variabel independen  $> 0,05$  maka varian residual

homogen (tidak terjadi kasus heterokedastisitas). Pengujian heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser.

Tabel 4.20  
Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	t	Sig.	Keterangan
Literasi Ekonomi (X1)	0,885	0,378	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
Konformitas Teman Sebaya (X2)	1,645	0,103	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
Modernitas (X3)	-0,910	0,365	Tidak Terjadi Heterokedastisitas

Sumber: Data Hasil Pengelolaan SPSS Tahun 2021

Berdasarkan tabel tersebut, nilai signifikansi untuk variabel literasi ekonomi (X1) adalah 0,378, nilai signifikansi variabel konfomitas teman sebaya (X2) adalah 0,103, dan nilai signifikansi untuk variabel modernitas (X3) sebesar 0,365. Karena semua variabel memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

#### d. Uji Autokolerasi

Uji autokorelasi digunakan yang untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan periode t-1 (sebelumnya). Regresi dikatakan tidak memiliki masalah autokorelasi apabila memiliki nilai Durbin Watson terletak  $du < DW < 4 - du$ . Nilai du dicari melalui tabel Durbin Watson dengan melihat nilai k (variabel bebas) dan N (banyak sampel) dengan nilai signifikan sebesar 5%.

Tabel 4.21  
Hasil Uji Autokorelasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.680 <sup>a</sup>	.463	.446	5.038	1.852

a. Predictors: (Constant), MODERNITAS, LITERASI EKONOMI, KONFORMITAS TEMAN SEBAYA

b. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai *Durbin Watson* diperoleh nilai sebesar 1,852. Sedangkan nilai du dapat dilihat dengan nilai  $k = 3$  dan  $N = 99$  dengan nilai sebesar 1,7355. Oleh karena nilai *Durbin Watson* nilainya lebih dari  $du = 1,7355$  dan kurang dari  $4 - du = 4 - 1,7355 = 2,2645$  atau dapat ditulis  $1,7355 < 1,852 < 2,2645$  maka dapat disimpulkan bahwa regresi tidak memiliki masalah autokolerasi.

e. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (variabel independen). Untuk melihat ada tidaknya multikolinearitas digunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Terhadap ketentuan sebagai nilai *Tolerance*  $\geq 0,10$  dan  $VIF < 10$  = Tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.22  
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Literasi Ekonomi (X1)	0,871	1,148	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Konformitas Teman Sebaya	0,839	1,192	Tidak Terjadi Multikolinearitas

(X2)			
Modernitas (X3)	0,757	1,321	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: Data Hasil Pengelolaan SPSS Tahun 2021

Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas karena kriteria *Tolerance* dan VIF terpenuhi.

### 3. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda bertujuan untuk menaksir atau meramalkan nilai dependen bila nilai variabel independen dinaikkan atau diturunkan. Menurut Sugiyono model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + e$$

Dimana:

Y' : Perilaku Konsumtif

a : Konstanta

X1 : Literasi Ekonomi

X2 : Konformitas Teman Sebaya

X3 : Modernitas

b1, b2, b3 : Koefisien regresi

e : Kesalahan prediksi (error)<sup>3</sup>

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda yang telah dilakukan, dapat dilihat sebagai berikut:

<sup>3</sup> Ibid., 5

Tabel 4.23  
 Hasil Uji Regresi Linier Berganda  
 Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12.232	5.695		2.148	.034
LITERASI EKONOMI	-.319	.151	-.170	-2.107	.038
KONFORMITAS TEMAN SEBAYA	1.025	.178	.474	5.770	.000
MODERNITAS	.566	.142	.345	3.996	.000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Sumber: Data Hasil Pengelolaan SPSS Tahun 2021

Dari tabel persamaan regresi berganda diatas, diperoleh sebagai berikut:

$$Y = 12,232 - 0,319X_1 + 1,025X_2 + 0,566X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas di peroleh:

- a. Nilai konstan (a) = 12,232 menyatakan bahwa apabila variabel literasi ekonomi, konformitas teman sebaya, dan modernitas nilainya sebesar 0, maka Y akan mengalami peningkatan variabel perilaku konsumtif sebesar 12,232.
- b.  $b_1 = -0,319$  nilai koefisien regresi variabel literasi ekonomi, artinya setiap peningkatan satu poin/ satuan variabel literasi ekonomi maka perilaku konsumtif akan berkurang sebesar 0,319 dengan syarat variabel lain bersifat konstan.
- c.  $b_2 = 1,025$  nilai koefisien regresi variabel konformitas teman sebaya, artinya setiap peningkatan satu poin/ satuan variabel konformitas teman sebaya maka perilaku konsumtif akan meningkat sebesar 1,025 dengan syarat variabel lain bersifat konstan.

- d.  $b_2 = 0,566$  nilai koefisien regresi variabel modernitas, artinya setiap peningkatan satu poin/ satuan variabel modernitas maka perilaku konsumtif akan meningkat sebesar 0,566 dengan syarat variabel lain bersifat konstan.

#### 4. Uji Hipotesis

Tabel 4.24  
Uji Hipotesis

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12.232	5.695		2.148	.034
LITERASI EKONOMI	-.319	.151	-.170	-2.107	.038
KONFORMITAS TEMAN SEBAYA	1.025	.178	.474	5.770	.000
MODERNITAS	.566	.142	.345	3.996	.000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Sumber: *Data Hasil Pengelolaan SPSS Tahun 2021*

##### a. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan sebagai pengambilan keputusan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai  $sig < \alpha$  (0,05) maka  $H_0$  ditolak yang artinya variabel X berpengaruh secara signifikan terhadap Y. Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa:

- 1) Berdasarkan tabel diketahui bahwa pada variabel Literasi Ekonomi nilai  $t_{hitung}$  sebesar -2,107 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,985, maka dinyatakan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , serta nilai signifikansi adalah  $0,038 < 0,05$ . Sehingga dari hasil tersebut,  $H_1$  diterima

yang berarti dapat disimpulkan bahwa literasi ekonomi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo.

- 2) Berdasarkan tabel diketahui bahwa pada variabel Konformitas Teman Sebaya nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,770 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,985, maka dinyatakan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , serta nilai signifikansi adalah  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dari hasil tersebut,  $H_2$  diterima yang berarti dapat disimpulkan bahwa konformitas teman sebaya secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo.
- 3) Berdasarkan tabel diketahui bahwa pada variabel Modernitas nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,996 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,985, maka dinyatakan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , serta nilai signifikansi adalah  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dari hasil tersebut,  $H_3$  diterima yang berarti dapat disimpulkan bahwa modernitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo.

b. Uji F (Uji Hipotesis Secara Simultan)

Berikut adalah hasil pengujian simultan yang dilakukan:

Tabel 4.25

Hasil Uji F

ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2075.127	3	691.709	27.250	.000 <sup>a</sup>
Residual	2411.419	95	25.383		

Total	4486.545	98		
-------	----------	----	--	--

a. Predictors: (Constant), MODERNITAS, LITERASI EKONOMI, KONFORMITAS TEMAN SEBAYA

b. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Sumber: Data Hasil Pengelolaan SPSS Tahun 2021

Berdasarkan hasil uji  $f$  yang telah dilakukan, menunjukkan nilai  $f_{hitung}$  sebesar 27,250 dan  $f_{tabel}$  2,70 diartikan  $f_{hitung} > f_{tabel}$ , sedangkan nilai signifikansi menunjukkan nilai  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa  $H_4$  diterima, yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan dari Literasi Ekonomi, Konformitas Teman Sebaya, dan Modernitas terhadap Perilaku Konsumtif.

c. Uji Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ )

Uji Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan sejauh mana tingkat pengaruh antara variabel dependen dengan variabel independen yang diketahui dengan melihat nilai *R Square* (koefisien determinasi). Berikut hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada penelitian ini:

1) Uji Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ ) variabel literasi ekonomi ( $X_1$ ) terhadap perilaku konsumtif ( $Y$ ) mahasiswa IAIN Ponorogo

Tabel 4.26

Uji  $R^2$  ( $X_1$  dan  $Y$ )

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.082 <sup>a</sup>	.007	-.003	6.778

a. Predictors: (Constant), LITERASI EKONOMI

Sumber: Data Hasil Pengelolaan SPSS Tahun 2021

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui bahwa:



- a) Nilai koefisien korelasi ( $R$ ) sebesar 0,082 menunjukkan hubungan dalam kategori **lemah** antara variabel literasi ekonomi ( $X_1$ ) terhadap perilaku konsumtif ( $Y$ ).
- b) Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,007 artinya bahwa secara simultan literasi ekonomi ( $X_1$ ) mempengaruhi perilaku konsumtif ( $Y$ ) sebesar 7% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis.
- 2) Uji Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ ) variabel konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo

Tabel 4.27  
Uji  $R^2$  ( $X_2$  dan  $Y$ )

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.608 <sup>a</sup>	.369	.363	5.402

a. Predictors: (Constant), KONFORMITAS TEMAN SEBAYA

Sumber: Data Hasil Pengelolaan SPSS Tahun 2021

- a) Nilai koefisien korelasi ( $R$ ) sebesar 0,608 menunjukkan hubungan dalam kategori **kuat** antara variabel konformitas teman sebaya ( $X_2$ ) terhadap perilaku konsumtif ( $Y$ ).
- b) Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,369 artinya bahwa secara simultan konformitas teman sebaya ( $X_2$ ) mempengaruhi perilaku konsumtif ( $Y$ ) sebesar 36,9% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis.

- 3) Uji Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ ) variabel modernitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo

Tabel 4.28

Uji  $R^2$  (X3 dan Y)**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.465 <sup>a</sup>	.216	.208	6.021

a. Predictors: (Constant), MODERNITAS

*Sumber: Data Hasil Pengelolaan SPSS Tahun 2021*

- a) Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,465 menunjukkan hubungan dalam kategori **sedang** antara variabel modernitas (X3) terhadap perilaku konsumtif (Y).
- b) Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,216 artinya bahwa secara simultan modernitas (X3) mempengaruhi perilaku konsumtif (Y) sebesar 21,6% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis.
- 4) Uji Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ ) variabel literasi ekonomi, konformitas teman sebaya, dan modernitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo

Tabel 4.29

Uji  $R^2$  (X1, X2, X3 dan Y)**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.680 <sup>a</sup>	.463	.446	5.038

a. Predictors: (Constant), MODERNITAS, LITERASI EKONOMI, KONFORMITAS TEMAN SEBAYA

*Sumber: Data Hasil Pengelolaan SPSS Tahun 2021*

- a) Berdasarkan diketahui bahwa nilai R dalam regresi linier berganda sebesar 0,680 menunjukkan hubungan kuat antara literasi ekonomi (X1), konformitas teman sebaya (X2) dan modernitas (X3) terhadap perilaku konsumtif (Y) sebesar 68%.
- b) Untuk hasil uji koefisiensi determinasi, diperoleh angka  $R^2$  sebesar 0,463 atau (46,3%) yang artinya kontribusi pengaruh variabel independen (literasi ekonomi, konformitas teman sebaya dan modernitas) terhadap variabel dependen (perilaku konsumtif) sebesar 46,3%. Hal ini diartikan bahwa perilaku konsumtif dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel literasi ekonomi, konformitas teman sebaya, dan modernitas sebesar 46,3%, sedangkan untuk sisanya sebesar 53,7% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## **E. Pembahasan**

### **1. Pengaruh Literasi Ekonomi (X1) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y)**

#### **Mahasiswa IAIN Ponorogo**

Berdasarkan hasil pengujian uji t, menunjukkan bahwa secara parsial variabel literasi ekonomi (X1) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo. Hal ini berarti  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{01}$  ditolak. Hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa variabel Literasi

Ekonomi (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) didapatkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar -2,107 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,985, maka dinyatakan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , serta nilai signifikansi menunjukkan nilai sebesar  $0,038 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan antara literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo. Hal ini menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat literasi ekonomi mahasiswa IAIN Ponorogo maka akan semakin menurun tingkat perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo. Untuk nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,007 menunjukkan hubungan variabel literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif sebesar 7% sedangkan sisanya 93% dipengaruhi oleh variabel lain.

Berdasarkan hasil analisis data deskriptif, dideskripsikan dari sampel mahasiswa IAIN Ponorogo mempunyai tingkat literasi ekonomi yang tinggi dengan presentasi tingkat literasi ekonomi mahasiswa sebesar 76,8% atau sejumlah 76 mahasiswa dari jumlah sampel. Jumlah mahasiswa dengan tingkat literasi ekonomi sedang presentase sebesar 23,2% atau sebanyak 23 mahasiswa. Sedangkan untuk tingkat perilaku konsumtif mahasiswa sedang dengan jumlah 78 mahasiswa. Dapat disimpulkan bahwa dengan literasi ekonomi mahasiswa yang tinggi tetapi dengan perilaku konsumtif yang sedang.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ai Nur Solihat dan Syamsudin Arnasik (2018) yang menyebutkan bahwa literasi ekonomi berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku

konsumtif mahasiswa, hal ini apabila terjadi peningkatan literasi ekonomi mahasiswa maka akan semakin rasional perilaku konsumtif mahasiswa.<sup>4</sup> Penelitian lain dilakukan Mukarramah, dkk (2020) menyebutkan bahwa literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Mengidentifikasi bahwa semakin tinggi kualitas literasi ekonomi yang dimiliki mahasiswa dan diterapkan di kehidupan sehari-hari maka akan semakin cerdas dalam berkonsumsi dan bisa mengurangi tingkat konsumtif.<sup>5</sup>

## **2. Pengaruh Konformitas Teman Sebaya (X2) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa IAIN Ponorogo**

Berdasarkan hasil pengujian uji t, menunjukkan bahwa secara parsial variabel konformitas teman sebaya (X2) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo. Hal ini berarti  $H_{a2}$  diterima dan  $H_{02}$  ditolak. Hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa variabel konformitas teman sebaya (X2) terhadap perilaku konsumtif (Y) didapatkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,770 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,985, maka dinyatakan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , serta nilai signifikansi menunjukkan nilai sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo. Hal ini menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat konformitas teman sebaya

---

<sup>4</sup>Ai Nur Solihat Da Syamsudin Arnasik, "Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi," *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 1 (2018), 1-11.

<sup>5</sup>Mukarramah, dkk, "Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *Indonesian Journal Of Social And Educational Studies*, 1 (2020), 96-101.

pada mahasiswa IAIN Ponorogo maka akan semakin meningkat pula perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo. Untuk nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,369 menunjukkan hubungan variabel konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif sebesar 36,9% sedangkan sisanya 63,1% dipengaruhi oleh variabel lain.

Penelitian yang dilakukan Perdana dan Mujiasih (2018) menyebutkan adanya hubungan positif antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif, semakin tinggi konformitas teman sebaya maka semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa, demikian pula sebaliknya.<sup>6</sup> Penelitian lain yang sesuai adalah penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Indrawati (2016) menyebutkan bahwa konformitas teman sebaya memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.<sup>7</sup>

Gambaran tingkat konformitas terhadap teman sebaya, dideskripsikan dari sampel mahasiswa IAIN Ponorogo mempunyai tingkat konformitas teman sebaya yang rendah dengan presentasi tingkat konformitas teman sebaya sebesar 14,1% atau sejumlah 14 mahasiswa dari jumlah sampel. Jumlah mahasiswa dengan tingkat konformitas teman sebaya yang sedang dengan presentase sebesar 56,6% atau sebanyak 56 mahasiswa. Dan jumlah mahasiswa dengan tingkat konformitas teman sebaya yang

---

<sup>6</sup>Putra Idham Perdana, Endah Mujiasih, "Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Membeli Pakaian Pada Mahasiswa Angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro," *Jurnal Empati*, 6 (2018), 195-208.

<sup>7</sup>Hanindya Sucita Putri dan Ending Sri Indrawati, "Hubungan Antara Konformitas Terhadap Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswi Di SMA Semesta Semarang," *Jurnal Empati*, 5 (2016), 503-506.

tinggi dengan presentase 29,3% atau dengan jumlah mahasiswa 29. Sedangkan untuk tingkat perilaku konsumtif mahasiswa sedang dengan jumlah 78 mahasiswa. Dapat disimpulkan bahwa tingkat konformitas teman sebaya mahasiswa IAIN Ponorogo dalam kategori sedang dengan perilaku konsumtif mahasiswa dengan tingkat sedang.

### **3. Pengaruh Modernitas (X3) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa IAIN Ponorogo**

Berdasarkan hasil pengujian uji t, menunjukkan bahwa secara parsial variabel modernitas (X3) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo. Hal ini berarti  $H_{a3}$  diterima dan  $H_{03}$  ditolak. Hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa variabel modernitas (X3) terhadap perilaku konsumtif (Y) didapatkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,996 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,985, maka dinyatakan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , serta nilai signifikansi menunjukkan nilai sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo. Hal ini menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat modernitas pada mahasiswa IAIN Ponorogo maka akan semakin meningkat pula perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo. Untuk nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,216 menunjukkan hubungan variabel modernitas terhadap perilaku konsumtif sebesar 21,6% sedangkan sisanya 78,4% dipengaruhi oleh variabel lain.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap mahasiswa IAIN Ponorogo, dapat disimpulkan bahwa modernitas berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Secara umum, modernitas yang tinggi memiliki pengaruh secara negatif terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dapat diartikan apabila tingkat modernitas seseorang tinggi maka derajat rasionalitas akan tinggi pula, sehingga dalam berkonsumsi akan lebih rasional dan penuh pertimbangan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Agusti dan Gultom (2019), menyebutkan bahwa semakin tinggi modernitas mahasiswa maka tingkat perilaku konsumtif akan rendah. Dengan modernitas yang baik dapat membantu seseorang dalam mempertimbangkan dan membandingkan berbagai hal termasuk dalam berkonsumsi, sehingga dapat berperilaku secara rasional dan dapat mengurangi perilaku konsumtif.<sup>8</sup>

Namun, pada hasil penelitian yang ada pada lapangan menunjukkan pengaruh yang positif antara modernitas dengan perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo. Hal tersebut dikarenakan pada hasil angket modernitas mahasiswa menunjukkan tingkat yang tinggi namun dalam berperilaku konsumtif dalam tingkat sedang. Berdasarkan penelitian Wanda, dkk (2017) menyebutkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara modernitas individu dengan perilaku konsumtif. Tingginya modernitas individu akan mempengaruhi perilaku konsumtifnya. Mahasiswa selalu mengetahui apa saja yang sedang

---

<sup>8</sup>Ivo Selvia Agusti dan Nining Dewandi Gultom, "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *NIAGAWAN*, 2 (2019), 102-107.



menjadi trend, hal ini lah yang membuat perilaku konsumtif mahasiswa lebih tinggi. Selain itu, beberapa faktor lain yang bisa meningkatkan perilaku konsumtif sebagai contoh mudahnya terpengaruh iklan, penggunaan media sosial, mudahnya belanja online, gaya hidup, dan lain sebagainya.<sup>9</sup> Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian lain yang dilakukan Kumalasari dan Soesilo (2019) menyebutkan modernitas individu berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan tingkat modernitas individu yang tinggi. Semakin tinggi modernitas individu maka akan meningkat pula perilaku konsumtif. Dalam hal ini menyatakan modernitas membawa dampak berupa materialisme dan keinginan untuk mengikuti perkembangan zaman, sehingga mereka akan mengkonsumsi produk yang seharusnya tidak dibutuhkan, demi kesenangan semata.<sup>10</sup>

Mahasiswa IAIN Ponorogo mempunyai tingkat modernitas dengan klasifikasi yang tinggi dengan presentasi tingkat modernitas mahasiswa sebesar 51,5% dari jumlah sampel sebanyak 51 mahasiswa. Jumlah mahasiswa dengan tingkat modernitas sedang memiliki klasifikasi presentase sebesar 48,5% dengan jumlah 48 mahasiswa. Sedangkan untuk tingkat perilaku konsumtif mahasiswa sedang dengan jumlah 78 mahasiswa.

---

<sup>9</sup>Wanda, dkk, "Perilaku Konsumtif: Literasi Keuangan, Pengetahuan Ekonomi Dan Modernitas Individu," *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 2 (2017), 3-6.

<sup>10</sup>Dewi Kumalasari, Yohanes Hadi Soesilo, "Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku Dan Control Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang," *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12, (2019), 61-71.

#### **4. Pengaruh Simultan Literasi Ekonomi (X1), Konformitas Teman Sebaya (X2) dan Modernitas (X3) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa IAIN Ponorogo**

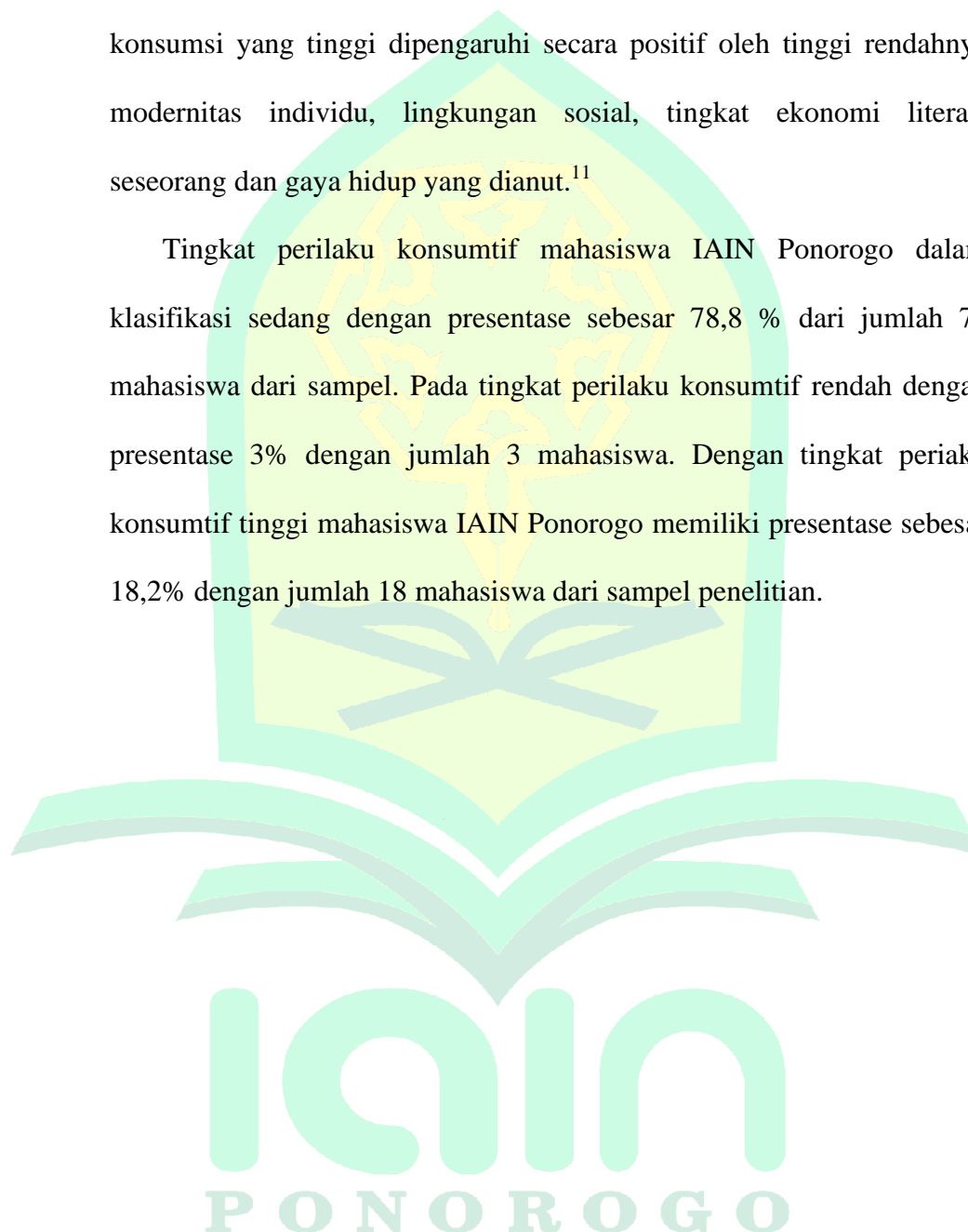
Berdasarkan hasil uji f, menunjukkan bahwa secara simultan variabel literasi ekonomi (X1), konformitas teman sebaya (X2), dan modernitas (X3) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) mahasiswa IAIN Ponorogo. Hal ini berarti  $H_{a4}$  diterima dan  $H_{04}$  ditolak. Hasil pengujian uji f menunjukkan bahwa nilai  $f_{hitung}$  sebesar 27,250 dan nilai  $f_{tabel}$  sebesar 2,70 maka dinyatakan bahwa  $f_{hitung} > f_{tabel}$ , serta nilai signifikansi menunjukkan nilai sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara literasi ekonomi, konformitas teman sebaya, dan modernitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo.

Pada nilai R dalam regresi linier berganda sebesar 0,680 menunjukkan hubungan kuat antara literasi ekonomi (X1), konformitas teman sebaya (X2) dan modernitas (X3) terhadap perilaku konsumtif (Y) sebesar 68%. Untuk hasil uji koefisiensi determinasi, diperoleh angka  $R^2$  sebesar 0,463 atau (46,3%) yang artinya kontribusi pengaruh variabel independen (literasi ekonomi, konformitas teman sebaya dan modernitas) terhadap variabel dependen (perilaku konsumtif) sebesar 46,3%. Hal ini diartikan bahwa perilaku konsumtif dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel literasi ekonomi, konformitas teman sebaya, dan modernitas sebesar 46,3%, sedangkan untuk sisanya sebesar 53,7%

dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Menurut Entin Jumantini (2017) menyebutkan bahwa perilaku konsumsi yang tinggi dipengaruhi secara positif oleh tinggi rendahnya modernitas individu, lingkungan sosial, tingkat ekonomi literasi seseorang dan gaya hidup yang dianut.<sup>11</sup>

Tingkat perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo dalam klasifikasi sedang dengan presentase sebesar 78,8 % dari jumlah 78 mahasiswa dari sampel. Pada tingkat perilaku konsumtif rendah dengan presentase 3% dengan jumlah 3 mahasiswa. Dengan tingkat perilaku konsumtif tinggi mahasiswa IAIN Ponorogo memiliki presentase sebesar 18,2% dengan jumlah 18 mahasiswa dari sampel penelitian.



---

<sup>11</sup>Entin Jumantini, "The Influences Of Individual Modernity, Social Environment, And Economic Literacy On Lifestyle And Their Implications On Student's Consumptive Behavior," *International Conference On Economic Education And Entrepreneurship*, (2017), 225-229.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka disimpulkan hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $-2,107 > 1,985$ ), serta nilai signifikansi menunjukkan nilai sebesar  $0,038 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan antara literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo. Hal ini menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat literasi ekonomi mahasiswa IAIN Ponorogo maka akan semakin menurun tingkat perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo.
2. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,770 > 1,985$ ) serta nilai signifikansi menunjukkan nilai sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo. Hal ini menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat konformitas teman sebaya pada mahasiswa IAIN Ponorogo maka akan semakin meningkat pula perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo.
3. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , ( $3,996 > 1,985$ ) serta nilai signifikansi menunjukkan nilai sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo. Hal ini

menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat modernitas pada mahasiswa IAIN Ponorogo maka akan semakin meningkat pula perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo.

4. Nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $27,250 > 2,70$ ) serta nilai signifikansi menunjukkan nilai sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara literasi ekonomi, konformitas teman sebaya, dan modernitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Ponorogo.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, beberapa saran yang peneliti berikan kepada berbagai pihak:

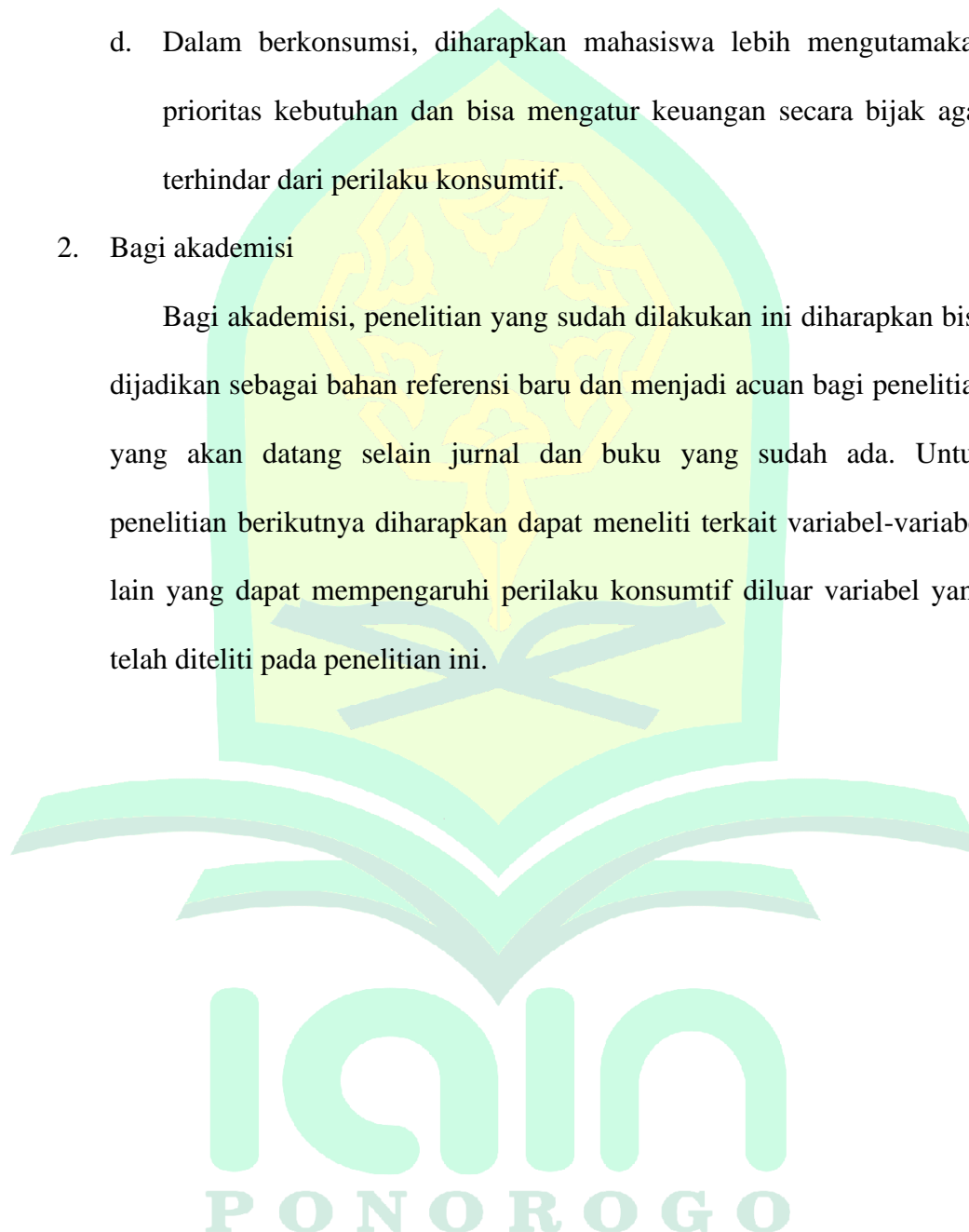
1. Kepada Mahasiswa
  - a. Diharapkan kepada seluruh mahasiswa dapat mengimplementasikan secara maksimal pengetahuan ekonomi yang dimiliki dalam segala aspek kehidupan sehari-hari. Dengan literasi ekonomi merupakan suatu yang penting agar sebagai konsumen bijak dan rasional dalam mengelola keuangan serta dalam berkonsumsi agar dapat meminimalkan perilaku konsumtif.
  - b. Dalam pergaulan dalam kelompok petemanan, mahasiswa diharapkan memiliki batas-batas perilaku baik dan buruk dalam pertemanan, tidak mudah terpengaruh pada perilaku yang konsumtif.
  - c. Mahasiswa dengan modernitas tinggi, maka akan rasional dalam berkonsumsi, akan tetapi selain modernitas yang berpengaruh

terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, terdapat pengaruh lain seperti media sosial, iklan, trend an sebagainya, sehingga diharapkan dapat lebih bijak lagi dalam berkonsumsi.

d. Dalam berkonsumsi, diharapkan mahasiswa lebih mengutamakan prioritas kebutuhan dan bisa mengatur keuangan secara bijak agar terhindar dari perilaku konsumtif.

## 2. Bagi akademisi

Bagi akademisi, penelitian yang sudah dilakukan ini diharapkan bisa dijadikan sebagai bahan referensi baru dan menjadi acuan bagi penelitian yang akan datang selain jurnal dan buku yang sudah ada. Untuk penelitian berikutnya diharapkan dapat meneliti terkait variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif diluar variabel yang telah diteliti pada penelitian ini.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ario, Firman, dkk. *Consumer Behaviour in Era Millenial*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan AQLI, 2018.
- Arna, Antarini. *Genosida Dan Modernitas*. Yogyakarta: Tonggak Pustaka, 2018.
- Arsanik, Syamsudin dan Ai Nur Solihat. "Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi." *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*. 1 (2018).
- Bank Indonesia. *Literasi Ekonomi Syariah*. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2020.
- Bashori, Khoiruddin dan Komaruddin Hidayat, *Psikologi Sosial*. Jakarta: Erlangga, 2016.
- David, Myers G. David. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika, 2010.
- Dharma, Surya. *Pengolahan dan Analisis Data Penelitian*. Jakarta: Ditjen PMPTK, 2018.
- Drifanda, Valdyan. "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang." *Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*. 3 (2018).
- Fakhuri dan Syahrial Syarbani. *Teori Sosiologi*. Ghalia Indonesia: Bogor, 2016.
- Firmansyah, M. Anang. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Genarsih, Tunjung. *Statistika Ekonomi dan Bisnis* (t.tp., t.th), 22.
- Gitaroso, Muh. "Tasawuf Dan Modernitas (Mengikis Kesalahpahaman Masyarakat Awam Terhadap Tasawuf)." *Jurnal IAIN Pontianak*. Vol 10 (1).
- Gultom, Nining Dewandi dan Ivo Selvia Agusti. "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *NIAGAWAN*, 2 (2019).
- Herdiyanto, Yohanes Kartika dan Made Indah Yuliantari. "Hubungan Antara Konformitas Dan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putrid Di Kota Denpasar." *Jurnal Psikologi Udayana*. 2 (2015).

- Hertati, dkk. *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*. Universitas Terbuka: Jakarta, 2010.
- IDN Research Institute. *Indonesia Millennial Report 2019*. Jakarta: IDN Media, 2020.
- Inayati, Ro'ufah, Rizky Fiqriyah, Hari Wahyono. "Pengaruh Pengelolaan Uang Saku, Modernitas, Kecerdasan Emosional, Dan Pemahaman Dasar Ekonomi Terhadap Rasionalitas Perilaku Konsumsi Siswa Kelas XIIS MAN Malang." *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 09 (2016).
- Indrawati, Endang Sri dan Hanindya Sucita Putri. "Hubungan Antara Konformitas Terhadap Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswi Di SMA Semesta Semarang." *Jurnal Empati*, 5 (2016).
- Institut Agama Islam Negeri Islam Ponorogo. *Pedoman Penyelenggaraan Pendidikan Tahun Akademik 2017-2018 IAIN Ponorogo*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2017.
- Janah, Yustinah Eka, Joan Hesti Gita Purwasih, dkk. *Ensiklopedia Sosiologi Kelompok Sosial*. Klaten: Cempaka Putih, 2018.
- Jumantini, Entin. "The Influences Of Individual Modernity, Social Environment, And Economic Literacy On Lifestyle And Their Implications On Student's Consumptive Behavior." *International Conference On Economic Education And Entrepreneurship*, (2017).
- Kanserina, Dias. "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015." *Jurnal*, (2015).
- Kartasismita, Ginandjar. *Tantangan Pembangunan Memasuki Abad Baru*. Yogyakarta: Munas VIII Universitas Gajah Mada, 1997.
- Keller, Kevin Lane dan Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. terj. Bob Sabran. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009..
- Kusumantoro, Sri Muhammad dan Joan Hesti Gita Purwasih. *Perubahan Sosial*. Klaten: Cempaka Putih, 2015.
- Mahmud, Amir dan Eva Oktafikasari. "Konformitas Hedonis Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Konsumtif." *Economic Education Analysis Journal*. Vol 6 Nomor 3. (2017).



- Meiyuntari, Tatik dan Eva Suminar. "Konsep Diri, Konformitas Dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja." *Jurnal Psikologi Indonesia*. Vol. 4 No. 02, 149.
- Mujiasih, Endah dan Putra Idham Perdana. "Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Membeli Pakaian Pada Mahasiswa Angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro." *Jurnal Empati*, 6 (2018).
- Mukarramah, dkk. "Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Indonesian Journal Of Social And Educational Studies*. 1 (2020).
- Murtianingsih, Endah. "Pengaruh Literasi Ekonomi Siswa, Hasil Belajar Ekonomi, Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa SMP Negeri Di Surabaya Barat." *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 5 (2017).
- Nurjanah, Siti. "Effect Of Economic Literacy And Conformity On Student Consumptive Behavior." *Jurnal Dinamika Pendidikan*. 2 (2018).
- Otoritas Jasa Keuangan. *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisi 2017)*. Jakarta: OJK, 2017.
- Pertiwi, Indah. "Pengaruh Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya Dan Control Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsive Untuk Produk Fashion Di Online Shop Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undhiksha*, 9 (2017).
- Priyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2008.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*.
- Setyawan, Imam dan Maharani Mutiara Hati. "Konformitas Teman Sebaya Dan Aservitas Pada Siswa Islam Hidayatullah Semarang." *Jurnal Empati*. 4 (2015).
- Sina, Peter Garlnas. "Analisis Literasi Ekonomi." *Jurnal Economia*. 2012.
- Soesilo, Yohanes Hadi dan Dewi Kumalasari. "Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku Dan Control Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun

- 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 12. (2019).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru, 2019.
- Sumartono. *Terperangkap dalam Iklan: Menerobos Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta, 2002.
- Syahrudin dan Salim. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media, 2014.
- Sztompka, Piotr. *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: Prenada, 2004.
- Thalib, Syamsul Bachri. *Psikologi Pendidikan Berbasis Analisis Empiris Aplikatif*. Jakarta: Prenadamedia, 2010.
- Triningsih, Nining, dkk. “Pengaruh Literasi Ekonomi Dan *Self Control* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.” *Jurnal Parameter*. 31 (2019).
- Wanda, dkk. “Perilaku Konsumtif: Literasi Keuangan, Pengetahuan Ekonomi Dan Modernitas Individu.” *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*. 2 (2017).
- Wardoyo, Cipto, Risnawati, Sri Umi Mintarti. “Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga, Gaya Hidup, Modernitas Individu, Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa.” *Jurnal Pendidikan*. Vol 3 Nomor 4. (2018).
- Widhiarso, Wahyu. *Pengategorian Data dengan Menggunakan Statistik Hipotetik Dan Statistik Empirik*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi, Universitas Gajah Mada.
- Widoyo, Eko Putro. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2012.
- Yuniardi, Salis dan Tri Dayakisni. *Psikologi Lintas Budaya*. UMM Press: Malang, 2012.
- Institut Agama Islam Negeri Islam Ponorogo. “Sejarah Singkat IAIN Ponorogo,” Dalam <https://iainponorogo.ac.id>. Diakses pada tanggal 22 Maret 2021, pukul 13.00 WIB).

Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan-Pendidikan Tinggi, “Pangkalan Data Pendidikan Tinggi-Data Universitas IAIN Ponorogo,” dalam *<https://forlap.ristekdikti.go.id>*, (diakses pada tanggal 15 Februari 2020, pukul 09.35 WIB).

