

**PENGARUH KELAS SOSIAL DAN KONSEP DIRI TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA PENGGUNA SHOPEE  
DI PONOROGO**

**SKRIPSI**



Oleh:

Fitria Ulfa Hanifah  
NIM. 210717097

Pembimbing:

Nurma Fitrianna, M.SM.  
NIP. 198908062019032018

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

**2021**

## ABSTRAK

**Hanifah, Fitria Ulfa**, 2021. Pengaruh Kelas Sosial dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Pengguna Shopee Di Ponorogo. Jurusan Ekonomi Syariah. FEBI, IAIN Ponorogo, Program Sarjana S-1. Pembimbing Nurma Fitrianna, M. SM.

**Kata Kunci:** Kelas Sosial, Konsep Diri dan Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah suatu tindakan mengonsumsi suatu barang atau jasa secara berlebihan tanpa adanya suatu pertimbangan. Perkembangan teknologi mempengaruhi kehidupan tidak terkecuali pada remaja salah satunya yaitu metode berbelanja berbasis online yaitu aplikasi Shopee. Perilaku konsumtif dapat terjadi kepada siapa saja tidak terkecuali para remaja di Ponorogo, berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara awal menunjukkan bahwa kelas sosial dan konsep diri yang rendah namun perilaku konsumtif remaja pengguna Shopee di Ponorogo tergolong tinggi. Beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kelas sosial serta konsep diri yang selalu ingin mengikuti perkembangan setiap waktu serta kemudahan yang ditawarkan membuat remaja berlomba-lomba untuk mengikuti tren yang dapat menuju pada perilaku konsumtif. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kelas sosial dan konsep diri berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap perilaku konsumtif pada remaja pengguna Shopee Di Ponorogo.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, jenis data yang digunakan yaitu data primer. Pengambilan sampel menggunakan rumus Cochran. Pengambilan sampel dilakukan dengan *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel secara *incidental*. Instrumen penelitian menggunakan koesioner yang diberikan kepada 96 responden. Selain itu metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana dan analisis regresi linier berganda.

Adapun hasilnya adalah terdapat pengaruh antara kelas sosial terhadap perilaku konsumtif para remaja pengguna Shopee di Ponorogo, dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,393 yang bernilai positif dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Terdapat pengaruh antara konsep diri terhadap perilaku konsumtif para remaja pengguna Shopee di Ponorogo, dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar -6,046 yang bernilai negatif dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Terdapat pengaruh secara simultan antara kelas sosial dan konsep diri terhadap perilaku konsumtif para remaja pengguna Shopee di Ponorogo, dengan nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  atau  $61,286 > 3,09$ , dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga besar pengaruhnya sebesar 56,9% sisanya yaitu 43,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.



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 bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

No.	Nama	NIM	Jurusan	Judul Skripsi
1.	Fitria Ulfa Hanifah	210717097	Ekonomi Syariah	PENGARUH KELAS SOSIAL DAN KONSEP DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA PENGGUNA SHOPEE DI PONOROGO

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 31 Agustus 2021

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



D. Suhur Prasetyo, S. Ag., M.E.I.

NIP. 197801122006041002

Menyetujui,

Nurma Fitrianna, M.SM.

NIP. 198908062019032018



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

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kelas Sosial Dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif  
Pada Remaja Pengguna Shopee Di Ponorogo  
Nama : Fitria Ulfa Hanifah  
NIM : 210717097  
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.

#### Dewan Penguji:

Ketua Sidang

Dr. Aji Damanuri, MEI  
NIP. 19750602200212100

(  )

Penguji I

Ridho Rokamah, S.Ag., MSI  
NIP. 197412111999032002

(  )

Penguji II

Nurma Fitrianna, M.SM.  
NIP. 198908062019032018

(  )

Ponorogo, 4 Oktober 2021

Mengesahkan

Dekan FEBI IAIN Ponorogo



  
Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag  
NIP. 197207142000031005

## SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fitria Ulfa Hanifah  
NIM : 210717097  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul : Pengaruh Kelas Sosial Dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif  
Pada Remaja Pengguna Shopee Di Ponorogo

Menyatakan bahwa skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di [etheses.iainponorogo.ac.id](http://etheses.iainponorogo.ac.id). Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggungjawab dari penulis. Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 13 Oktober 2021

Penulis



Fitria Ulfa Hanifah  
NIM. 210717097

P O N O R O G O

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Fitria Ulfa Hanifah

NIM : 210717097

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

Pengaruh Kelas Sosial Dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja  
Pengguna Shopee Di Ponorogo

Secara keseluruhannya adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 20 Agustus 2021

Pembuat Pernyataan,



Fitria Ulfa Hanifah

NIM. 210717097

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Kebutuhan hidup manusia kian hari kian bertambah seiring dengan meningkatnya pola dan gaya hidup masyarakat. Dimana dulu kebutuhan hidup hanya didasarkan dengan apa yang remaja butuhkan dan apa yang ada pada dirinya, seperti keperluan dasar yaitu sandang, pangan dan papan yang semua kebutuhan tersebut dapat terpenuhi secara mudah dan alami. Seiring dengan perkembangan pola hidup manusia yang mengikuti arus zaman, seperti bertambahnya pengetahuan manusia akan alam sekitar, semakin bertambahnya populasi manusia di muka bumi, mulai munculnya berbagai permasalahan yang menghambat dan menghalangi keberlangsungan hidupnya. Maka manusia mulai berfikir bagaimana cara mengatasi semua masalah yang ada.<sup>1</sup>

Pergeseran pola hidup yang sederhana menjadi semakin kompleks ini, seperti keperluan kebutuhan utama berupa makanan, minuman, pakaian, kebutuhan akan tempat tinggal, kebutuhan beristirahat dan pemenuhan kebutuhan rohani seperti berlibur. Namun semakin berkembangnya era globalisasi dapat menjadikan pergeseran pola hidup sebagian besar masyarakat Indonesia terutama para remaja. Akan tetapi arus globalisasi juga dapat berdampak negatif, karena dengan berbagai kemudahan dan dan penawaran-

---

<sup>1</sup> Sudaryono, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2016), 9.

penawaran yang tersedia dapat menimbulkan sifat konsumtif.<sup>2</sup> Menurut Engel, Blackwell dan Miniard bahwa ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi motivasi, kepribadian, konsep diri dan faktor eksternal meliputi kebudayaan, kelas sosial dan keluarga.<sup>3</sup> Tidak semua remaja memiliki sifat konsumtif namun, pada usia remaja sangat rentan untuk terpengaruh oleh dunia kekinian, mengikuti trend dan kesenangan. Remaja juga memiliki tingkat konsumsi yang tinggi walaupun remaja belum memiliki penghasilan sendiri, karena remaja mengikuti budaya kekinian dan kemudahan yang ditawarkan. Sehingga remaja dapat mengarah pada pola hidup konsumtif.

Perilaku konsumtif dapat dipengaruhi dengan adanya fasilitas yang serba ada seperti kemajuan teknologi yang semakin berkembang dan memudahkan penggunaannya. Seperti jual beli secara online, pembeli tidak harus datang langsung ke toko sudah dapat melakukan transaksi pembelian barang, selain itu berbelanja secara online dan banyak penawaran yang diberikan seperti diskon dan gratis ongkir hal tersebut membuat konsumen dalam membeli barang bukan berdasarkan kebutuhan. Hal ini dapat dilihat dari jumlah volume paket pos di Ponorogo naik hingga signifikan pada tahun 2020, dalam

---

<sup>2</sup> Syaiful Anwar Fathoni, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Angkatan 2016 Universitas Muhammadiyah Surakarta," *Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Surakarta (2021), 1.

<sup>3</sup> Dian Chrisnawati dan Sri Muliati Abdullah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian (Studi Kasus Pada Remaja Berstatus Sosial Ekonomi Rendah)," *Jurnal Spitiis*, Vol 2 No. 1 (2011), 6.



sehari kantor pos Ponorogo melayani paket berjumlah 3,500 koli yang datang dan 3,000 koli yang berangkat.<sup>4</sup> Konsumen yang semula melakukan jual beli dengan langsung datang ke toko, namun kali ini dalam membeli barang bisa secara online. Dengan jumlah tersebut maka dapat dilihat jika semakin majunya teknologi akan membuat remaja lebih konsumtif jika remaja tidak dapat mengontrol dirinya. Jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat menjadi 196,7 juta jiwa hingga kuartal II 2020. Jika pada 2018 lalu, jumlah pengguna internet di Indonesia hanya sebesar 171,2 juta jiwa. Hal tersebut diketahui berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).<sup>5</sup> Perilaku konsumtif di masyarakat tumbuh dengan cepat terutama pada kalangan remaja yang mulai mencari jati diri, sehingga mudah terpengaruh oleh berbagai hal di sekelilingnya. Remaja mempunyai kepekaan terhadap apa yang sedang tren, remaja cenderung mengikuti mode yang sedang tren.<sup>6</sup>

Masa remaja menurut Santrock, bahwa remaja diartikan sebagai masa perkembangan transisi antara masa anak dan masa dewasa yang mencakup perubahan biologis, kognitif, dan sosial emosional. Remaja merupakan masa

---

<sup>4</sup> Kominfo, <https://ponorogo.go.id/2020/04/30/volume-paket-pos-di-ponorogo-naik-signifikan-karena-covid-19/>. (diakses pada tanggal 21 September 2021, pukul 21.00).

<sup>5</sup> Kompas.com, <https://money.kompas.com/read/2020/11/09/213534626/pengguna-internet-indonesia-hingga-kuartal-ii-2020-capai-1967-juta-orang>. (diakses pada tanggal 21 Maret 2021, pukul 10.00).

<sup>6</sup> Hidayanti, dkk, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Konsep Diri Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif," dalam *Multikulturalisme Dalam Bingkai Ke-Indonesiaan Kontemporer*, ed. (Semarang: FPIPSKR Universitas PGRI Semarang, 2019), 446.

transisi dari anak-anak menuju dewasa yaitu transisi perkembangan antara masa kanak-kanak dan masa dewasa yang mengandung perubahan fisik, kognitif dan psikososial. Masa remaja awal dimulai pada usia duabelas sedangkan masa remaja akhir yaitu pada usia dua puluhan.<sup>7</sup> Remaja seharusnya dapat mengisi waktunya dengan menambah pengetahuan, keterampilan dan keahlian serta mengisi kegiatan dengan berbagai macam kegiatan positif sehingga dapat memiliki orientasi ke masa depan sebagai remaja yang bermanfaat bagi masyarakat dan bangsa, tetapi pergaulan dan perkembangan globalisasi serta kemudahannya dapat membentuk pola hidup dikalangan remaja dan terjadi perubahan sosial yang tinggi.<sup>8</sup> Menurut Engel, Blackwell dan Miniard, Kelas sosial juga bergantung pada sosial individual yang menyangkut aspek nilai keluarga, gaya hidup, kesenangan dan perilaku yang dapat dikategorikan.<sup>9</sup> Kelas sosial terdiri dari tiga dimensi yaitu kelas atas, kelas menengah, dan kelas bawah hal itu dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan pengamatan awal yang dilakukan oleh peneliti, wawancara Sundang Martia Ines mengatakan bahwa remaja cenderung memiliki kelas sosial rata-rata berada pada kelas sosial rendah dan memiliki perilaku konsumtif yang tinggi dapat dilihat dari sering untuk membelanjakan uang

---

<sup>7</sup> John W Santrock, *Adolescence: Perkembangan Remaja Edisi Ke-6* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2003), 26.

<sup>8</sup> Jessica Gumulya dan Mariyana Widiastuti, "Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul," *Jurnal Psikologi*, Vol 11 No. 1 (2013), 50.

<sup>9</sup> Yuli Primadini I dan Meita Santi Budiani, "Hubungan Antara Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di SMA Trimurti Surabaya," *Jurnal, Character*, Vol 3 No. 2, (2014), 2.

sakunya untuk membeli berbagai macam barang untuk mengikuti tren, terkadang saat uang saya menipis tetapi ada barang yang bagus sulit untuk tidak membelinya, seperti barang-barang *fashion* hingga *makeup* dan alat rumah tangga. Bergaul dengan teman-teman yang suka untuk diajak belanja dan berbicara tentang *fashion*.<sup>10</sup> Hasil wawancara, Sanas Arifal mengemukakan bahwa remaja lebih senang jika bergaul dengan orang-orang yang bisa diajak berbicara tentang perilaku remaja khususnya pada kegemaran remaja dalam berbelanja secara online di Shopee dan perkembangan teknologi yang semakin maju. Faktor kelas sosial dari pendapatan orang tua yaitu dari uang saku yang diberikan kepada remaja sekitar Rp 300.000 – Rp 600.000/bulan. Sedangkan untuk kisaran pendapatan orang tua sekitar Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000.<sup>11</sup>

Dalam hasil wawancara Rosa Damayanti, mengutarakan bahwa remaja sering melakukan pembelian secara online di Shopee, uang saku juga kadang habis untuk beli barang di Shopee, karena *market place* Shopee memberikan gratis ongkir serta mudahnya dalam menggunakan akun Shopee, untuk pembelian produk di Shopee dapat melakukan transaksi lebih dari tiga kali transaksi. Serta barang-barang yang dibeli pun beragam mulai dari pakaian, *make up*, tas, sepatu, alat rumah tangga dan lain-lain.<sup>12</sup> Hasil wawancara tersebut membuktikan bahwa faktor yang menyebabkan remaja di Ponorogo

---

<sup>10</sup> Sundang Martia Ines, *Wawancara*, 21 Maret 2021.

<sup>11</sup> Sanas Arifal, *Wawancara*, 21 Maret 2021.

<sup>12</sup> Rosa Damayanti, *Wawancara*, 20 Maret 2021.

berperilaku konsumtif yaitu kelas sosial karena remaja didukung oleh sarana dan prasarana yang mudah untuk diakses serta finansial dari orang tua, sehingga remaja dengan mudah untuk mendapatkan barang dan jasa yang diinginkan dan remaja akan lebih mudah untuk mengikuti tren, akhirnya remaja membeli barang bukan didasarkan pada kebutuhan tetapi pada keinginan.

Perilaku konsumtif banyak dijumpai pada masa remaja akhir karena waktu remaja lebih banyak menggunakan teknologi serta kemudahan yang ditawarkan serta mendapat pengaruh saat bersosialisasi dan berinteraksi dengan lingkungannya. Sementara itu menurut Engel, Blackwell dan Miniard mengatakan bahwa salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang adalah konsep diri.<sup>13</sup> Melalui konsep diri remaja memperoleh gambaran tentang dirinya secara utuh baik bersifat fisik, sosial atau psikologis. Hal tersebut diperoleh melalui pengalaman dan interaksi remaja dengan orang lain. Konsep diri pada remaja yang selalu ingin mempercantik dirinya, atau ingin membuat dirinya terlihat baik dihadapan orang lain merupakan remaja yang memiliki konsep diri yang negatif. Kerena remaja berusaha untuk membuat dirinya tampak ideal di lingkungannya. Hal tersebut memandang dirinya sendiri dalam kondisi yang belum baik. Dari konsep diri remaja tersebut dapat diketahui adanya pengaruh antara konsep diri

---

<sup>13</sup> Dian Chrisnawati dan Sri Muliati Abdullah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian (Studi Kasus Pada Remaja Berstatus Sosial Ekonomi Rendah)," *Jurnal Spitiis*, Vol 2 No. 1 (2011), 6.

seseorang dengan perilakunya dalam berinteraksi dengan orang lain serta mengonsumsi suatu barang dan jasa.<sup>14</sup>

Hasil wawancara Kiky Yunita Sari, mengemukakan bahwa remaja sering melakukan pembelian barang secara online di Shopee karena dipengaruhi melalui penawaran yang diberikan dan iklan di media sosial serta pergaulan dengan teman sebaya, interaksi dengan orang lain dengan membicarakan tentang gaya hidup yang sedang tren dan hal-hal yang berbau dengan *gadget*.<sup>15</sup> Hal tersebut terjadi karena para remaja dari awal ingin mencapai konsep diri yang ideal menurut dirinya dengan mengonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan. Konsep diri menghadirkan gagasan bahwa identitas mereka ditunjukkan dan dicerminkan oleh kepribadiannya, yaitu kami adalah apa yang kami miliki, sehingga konsep diri juga memiliki peluang yang besar untuk mempengaruhi seseorang dalam berperilaku konsumtif.<sup>16</sup>

Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal. Perilaku konsumtif seorang remaja di Ponorogo tidak terlepas dari seberapa besar kelas sosial yang dimiliki setiap remaja mulai dari finansial yang dimilikinya serta konsep diri yang ada dalam diri remaja dapat dilihat dari perilaku yang ada dalam diri remaja tersebut mulai dari pengetahuan hingga

---

<sup>14</sup> Jessica Gumulya dan Mariyana Widiastuti, "Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul," 51.

<sup>15</sup> Kiky Yunita Sari, *Wawancara*, 20 Maret 2021.

<sup>16</sup> Fauziyah Zahrawati dan Nahiyah Jaidi Faraz, "Pengaruh Kultur Sekolah Konsep Diri Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa," *Jurnal Pendidikan IPS*, Vol 4 No. 2 (2017), 132.

penilaian tentang dirinya. Ketika konsep diri dan kelas sosial seorang remaja tinggi maka akan susah untuk mengontrol perilaku yang ada pada diri remaja sehingga dapat berperilaku konsumtif dan agar dapat diterima serta dihargai oleh lingkungannya.

Peneliti melakukan penelitian perilaku konsumtif pada remaja, karena begitu pentingnya masa remaja yang nantinya akan dapat mempengaruhi kehidupan dimasa dewasa. Dari kondisi-kondisi yang telah diuraikan diatas perilaku konsumtif dapat memberi pengaruh yang tinggi. Dapat dikatakan jika kelas dan konsep diri seseorang tinggi maka perilaku konsumtif dalam diri seseorang juga akan tinggi dan juga sebaliknya. Didasarkan permasalahan yang telah dijabarkan diatas, maka dalam penelitian ini, peneliti mengangkat judul “Pengaruh Kelas Sosial Dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Pengguna Shopee Di Ponorogo”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah kelas sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada remaja pengguna Shopee Di Ponorogo?
2. Apakah konsep diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada remaja pengguna Shopee Di Ponorogo?
3. Apakah kelas sosial dan konsep diri berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif pada remaja pengguna Shopee Di Ponorogo?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penelitian yang ingin dicapai sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kelas sosial terhadap perilaku konsumtif pada remaja pengguna Shopee Di Ponorogo.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif pada remaja pengguna Shopee Di Ponorogo.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kelas sosial dan konsep diri secara simultan terhadap perilaku konsumtif pada remaja pengguna Shopee Di Ponorogo.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih ilmu pengetahuan di bidang ekonomi mengenai ilmu pemasaran.
- b. Memahami lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya perilaku konsumtif para remaja di Ponorogo.
- c. Dapat dijadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

#### **2. Manfaat Praktis**

##### **a. Bagi Remaja**

Sebagai sumber informasi tentang pengaruh kelas sosial dan konsep diri terhadap perilaku konsumtif pada remaja pengguna Shopee di Ponorogo.

#### **b. Bagi Penelitian Selanjutnya**

Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang perilaku konsumtif bagi para mahasiswa untuk dijadikan referensi serta perbandingan pada peneliti selanjutnya dan sebagai bacaan ilmiah di perpustakaan.

### **E. Sistematika Pembahasan**

Adapun rancangan sistematika pembahasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pendahuluan berisi uraian latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian yang menyangkut tentang penelitian ini.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini membahas tentang landasan teori yang relevan dengan variabel penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis yang memuat jawaban sementara mengenai permasalahan penelitian.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Metodologi penelitian, berisi tentang rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, lokasi penelitian, populasi dan sampel, jenis



dan sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, dan teknik pengolahan dan analisis data.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bagian ini berisi analisis data berisi hasil dari penelitian berupa suatu gambaran umum objek penelitian, deskripsi data penelitian dan responden, uji validitas dan reliabilitas, analisis data penelitian dan pembahasan.

#### **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini berisikan beberapa kesimpulan dari hasil penelitian beserta saran dan temuan penelitian dan rekomendasi.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Deskripsi Teori

##### 1. Perilaku Konsumtif

###### a. Pengertian

Menurut Engel, perilaku konsumtif merupakan tindakan individu secara langsung dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tertentu<sup>1</sup>. Perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Konsumtif biasanya digunakan untuk menunjukkan perilaku masyarakat yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan merupakan kebutuhan pokok.<sup>2</sup>

Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan materialistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah dan berlebihan dan penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal

---

<sup>1</sup> Engel, dkk, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Binarupa Aksara, 1995), 56.

<sup>2</sup> John Storey, *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop* (Yogyakarta: Jalasutra, 2006), 71.

dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan saja.<sup>3</sup>

Menurut Wahyudi, perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli atau memakai barang yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional, tetapi didasarkan pada keinginan irasional. Dapat disimpulkan jika perilaku konsumtif merupakan perilaku individu yang ditunjukkan untuk mengonsumsi secara berlebihan dan tidak terencana terhadap jasa dan barang yang kurang atau bahkan tidak diperlukan.<sup>4</sup>

**b. Faktor Yang Mempengaruhi**

Menurut Engel, Blackwell dan Miniard, mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif antara lain yaitu:

**1) Faktor Internal**

**(a) Motivasi**

Motivasi merupakan suatu dorongan dalam diri manusia untuk melakukan kegiatan-kegiatan agar dapat mencapai tujuannya.

Motivasi sangat berpengaruh dalam membentuk perilaku

---

<sup>3</sup> Elly Anggraini dan Khasan Setiaji, Elly Anggraini dan Khasan Setiaji, “ *Jurnal, Economic Education Analysis Journal*, Vol 7, No. 1 (2018), 175.

<sup>4</sup> Nufian S Febriani dan Wayan Weda Asmara Dewi, *Perilaku Konsumen Di Era Digital (Beserta Studi Kasus)* (Malang: UB Press, 2019), 38.

konsumtif manusia. Apalagi zaman modern seperti saat ini seseorang akan ingin terus terlihat lebih baik dari yang lainnya.<sup>5</sup>

(b) Kepribadian

Menurut Horton kepribadian merupakan keseluruhan sikap, perasaan, ekspresi dan temperamen seseorang. Sikap, perasaan, ekspresi dan temperamen itu akan terwujud dalam tindakan seseorang jika dihadapkan pada situasi tertentu.<sup>6</sup> Setiap manusia selalu memiliki kepribadian yang berbeda. Seseorang yang memiliki kepribadian yang aktif, suka berkumpul dan bergaul, dan suka dengan keramaian, memiliki potensi bahwa seseorang tersebut akan lebih bersifat konsumtif karena mudah terpengaruh oleh lingkungan di sekitarnya.

(c) Konsep Diri

Konsep diri merupakan inti dari pola kepribadian yang akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karena konsep diri merupakan *frame of reference* yang menjadi awal timbulnya perilaku yang ditampilkan oleh konsumen.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Engel, dkk, *Perilaku Konsumtif*, 56.

<sup>6</sup> Muh Heriyanto, *Who Are You Volume 1 Dari I'm A Day A Dreamer & A Night Thinker* (Jakarta: Moeh Media Digital, 2020), 19.

<sup>7</sup> Muhammad Abdul Aziz, "Perilaku Konsumtif Santri Pondok Pesantren Pabelan Magelang Jawa Tengah," *Skripsi*, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2016), 35.

## 2) **Faktor Eksternal**

### (a) **Kebudayaan**

Kebudayaan merupakan suatu aktivitas kegiatan, cara hidup yang sudah ada dan diwariskan ke generasi berikutnya. Pada aspek perilaku konsumtif, kebudayaan sangat mempengaruhi perilaku masyarakat. Misalnya pada dunia penindustrian, pengiklanan harus mengetahui strategi pemasaran agar produk di yang telah dikeluarkan dapat diterima oleh kelompok masyarakat.

### (b) **Kelas Sosial**

Keputusan pembelian suatu produk atau jasa dipengaruhi oleh kelas sosial. Kelas sosial dibagi menjadi tiga kategori yaitu kelas atas, kelas menengah dan, kelas bawah. Masyarakat yang berada pada kelas sosial yang sama pada umumnya akan memiliki minat, nilai, dan perilaku yang sama. Begitu juga sebaliknya.

### (c) **Keluarga**

Unit terkecil dalam masyarakat adalah keluarga. Setiap anggota keluarga memiliki peran masing-masing. Dalam perilaku konsumtif seseorang juga dapat dipengaruhi oleh anggota keluarga. Misalnya pengambilan keputusan membeli produk

pakaian maka penjual akan menargetkan produk kepada wanita dalam mengiklankan suatu produk.<sup>8</sup>

**c. Indikator**

Menurut Sumartono karakteristik atau indikator perilaku konsumtif sebagai berikut:

1) Membeli produk karena iming-iming hadiah

Pembelian barang tidak lagi melihat manfaat akan tetapi tujuannya hanya untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan.

2) Membeli produk karena kemasannya menarik

Individu tertarik untuk membeli suatu barang karena kemasannya yang berbeda dari yang lainnya. Kemasan suatu barang yang menarik dan unik akan membuat seseorang membeli barang tersebut.

3) Membeli barang demi menjaga penampilan gengsi

Gengsi membuat individu lebih memilih membeli barang yang dianggap dapat menjaga penampilan diri, dibandingkan, membeli barang lain yang lebih dibutuhkan.

4) Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat)

---

<sup>8</sup> Ibid., 59.

Konsumen cenderung berperilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

5) Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol atau status

Individu menganggap barang yang digunakan untuk suatu symbol dari status sosialnya. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain.

6) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk

Individu memakai sebuah barang karena tertarik untuk bisa menjadi seperti model iklan tersebut. Ataupun karena model yang diiklankan adalah seorang idol dari pembeli.<sup>9</sup>

## 2. Kelas Sosial

### a. Pengertian

Semua masyarakat hampir mempunyai beberapa bentuk struktur kelas sosial. Kelas sosial adalah pembagian masyarakat yang relatif permanen dan berjenjang dimana anggotanya berbagi nilai, minat dan perilaku yang sama.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Sumartono, *Teropong Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi* (Bandung: Alfabeta, 2002), 58.

<sup>10</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), 163.

Menurut Sri Suprapti, kelas sosial ditentukan pekerjaan dan jenis individu yang bekerja dari waktu ke waktu juga akan mempengaruhi gaya hidup, nilai dan semua aspek yang menyangkut proses konsumsi. Kelas sosial adalah pembagian masyarakat kedalam kelas-kelas yang berbeda atau sastra yang berbeda yang menggambarkan perbedaan pendidikan, pendapatan, pemilik harta benda dan nilai yang dianut. Menurut Engel, Blackwell dan Miniare Kelas sosial juga bergantung pada sosial pada individual yang menyangkut aspek nilai keluarga, gaya hidup, kesenangan dan perilaku yang dapat dikategorikan.<sup>11</sup>

Menurut Elly M. Setiadi, kelas sosial adalah gejala yang serba hadir di setiap kehidupan sosial, artinya dalam setiap kehidupan sosial selalu ada pola-pola penggolongan manusia dalam kelompok dengan berbagai kriteria yang melekat pada diri masing-masing anggota kelompok tersebut. Kelas-kelas sosial akan selalu muncul secara alamiah. Sehingga dalam kenyataannya munculnya kelas sosial telah menjadi bagian dari hukum alam.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Yuli Primadini I dan Meita Santi Budiani, 2.

<sup>12</sup> Elly M. Setiadi dan Usman Kolip, *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi dan Pemecahannya* (Jakarta: Kencana, 2011), 424.



## **b. Faktor-faktor kelas sosial**

Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard mengemukakan pendapat Gilbert dan Kahl yang menyebutkan bahwa ada Sembilan variabel yang menentukan status atau kelas sosial seseorang, kesembilan variabel tersebut digolongkan ke dalam tiga kategori yaitu:

### 1) Variabel Ekonomi

#### (a) Status pekerjaan

Status pekerjaan akan menentukan kelas sosial seseorang. Status sosial seseorang akan ditentukan oleh keluarga dimana ia tinggal. Pekerjaan yang dilakukan orang tua, baik ayah atau ibu akan menentukan kelas sosial.

#### (b) Pendapatan

Pendapatan akan menentukan daya beli seseorang, yang selanjutnya akan mempengaruhi pola konsumsinya. Semakin tinggi pendapatan seseorang, semakin besar peluangnya untuk masuk ke dalam kategori kelas atas.

#### (c) Harta benda

Pendapatan yang tinggi biasanya diikuti oleh kepemilikan harta benda yang banyak. Dimana mereka tinggal akan menentukan kelas sosial seseorang.

### 2) Variabel Interaksi

#### (a) Prestis individu

Kelas sosial akan ditentukan oleh penghargaan yang diberikan orang lain kepada seseorang. Seseorang dikatakan memiliki prestis pribadi jika ia dihormati oleh orang lain dan orang-orang sekelilingnya. Seseorang pada kelas tertentu akan lebih senang untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan seseorang pada kelas sosial yang sama. Mereka akan merasa nyaman bergaul dengan orang pada kelas sosial yang sama.

(b) Asosiasi

Kelas sosial seseorang dapat diketahui dengan cara mengidentifikasi dengan siapa mereka berkomunikasi dan bergaul dalam kehidupan sehari-hari.

(c) Sosialisasi

Sosialisasi adalah sebuah proses dimana seseorang belajar berbagai keterampilan, membentuk sikap dan kebiasaan dalam menjalani kehidupan masyarakat. Bagaimana seseorang melakukan sosialisasi akan menentukan kelas sosial seseorang.

3) Variabel Politik

(a) Kekuasaan

Kekuasaan adalah kemampuan orang untuk mempengaruhi orang lain dan memimpin orang lain. Mereka yang terpilih menjadi pemimpin adalah orang-orang yang memiliki

kemampuan untuk mempengaruhi dan memimpin orang lain. Mereka termasuk ke dalam kelas sosial atas.

(b) Kesadaran kelas

Kesadaran kelas adalah kesadaran seseorang terhadap kelas sosial dimana mereka berada dalam suatu kelompok yang berbeda dengan orang lain, dan memiliki minat politik dan ideologi yang sama. Orang dengan orientasi politik dan sosial yang sama akan cenderung berkumpul dan berkelompok bersama.

(c) Mobilitas

Mobilitas adalah perubahan seseorang dari satu kelas sosial ke kelas sosial yang lain. Seseorang mungkin berubah dari kelas sosial bawah ke kelas sosial menengah atau atas.<sup>13</sup>

**c. Indikator**

Menurut Kotler yang dikutip oleh Hendi Eka Sumarga dan Sofyanti Ayu Lestari, indikator kelas sosial yaitu:

1) Kekayaan

---

<sup>13</sup> Elvira Agustina, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Phy Shop Di Desa Bae Bendo Kecamatan Bae Kabupaten Kudus)," *Skripsi* (Kudus: IAIN Kudus, 2019), 24-27.

Untuk memahami peran uang dalam menentukan kelas sosial. Kita harus menyadari bahwa pada dasarnya kelas sosial merupakan cara hidup.

## 2) Pekerjaan

Suatu pekerjaan di jadikan indikator penentu kelas sosial karena suatu pekerjaan memiliki tingkat kehormatan di mata masyarakat yang bisa berkaitan dengan gaya hidup seseorang. Semakin baik jenis pekerjaan yang dimiliki maka semakin tinggi pula tingkat pendapatannya.

## 3) Pendidikan

Pendidikan menjadi indikator penentu kelas sosial karena semakin tinggi pendidikan yang diambil oleh seseorang, maka semakin tinggi pula pendapatan yang akan diraihinya.<sup>14</sup>

### 3. Konsep Diri

#### a. Pengertian

Menurut Kotler, konsep diri menghadirkan gagasan bahwa identitas mereka ditujukan dan dicerminkan oleh kepribadiannya, yaitu kami adalah apa yang kami miliki, sehingga konsep diri juga memiliki peluang yang besar untuk mempengaruhi seseorang dalam berperilaku

---

<sup>14</sup> Hendi Eka Sumaega dan Sofyanti Ayu Lestari, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Smartphone Advan Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Tangerang," 79.

konsumtif.<sup>15</sup> Manusia memiliki pandangan dan persepsi atas dirinya sendiri. Menurut Setiadi, konsep diri menjadi sebuah cara pandang yang dimiliki seseorang tentang dirinya sendiri yang mempengaruhi hubungan dengan orang lain. Dapat berupa kondisi fisik dirinya maupun lingkungannya. Menurut Meiyuntari, konsep diri merupakan penilaian individu mengenai kualitas personalnya, gambaran mengenai apa dan siapa dirinya serta gambaran dirinya di mata orang lain yang diperoleh melalui persepsi diri, refleksi diri, dan perbandingan sosial.<sup>16</sup> Jadi dapat disimpulkan bahwa pengertian konsep diri adalah pandangan tentang diri kita siapa, apa dan bagaimana diri kita, atau gambaran tentang diri kita yang diperoleh melalui interaksi dengan diri sendiri maupun dengan orang lain.

#### **b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi**

Menurut Fitts yang dikutip oleh Ratna Dwi Astuti, konsep diri seseorang dipengaruhi beberapa faktor yaitu:

##### 1) Pengalaman

Pengalaman interpersonal yang memunculkan perasaan positif dan berharga. Pengalaman yang diperoleh dalam kehidupan, karena

---

<sup>15</sup> Fauziah Zahrawati dan Nahiyah Jaidi Faraz, "Pengaruh Kultur Sekolah Konsep Diri Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa," 132.

<sup>16</sup> Indy Mafaza, "Pengaruh Konsep Diri Dan Pengguna Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang)," *Skripsi* (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2020), 30.

konsep diri adalah hasil dari sebuah interaksi individu dengan lingkungannya, maka pengalaman interpersonal merupakan faktor yang paling penting bagi perkembangan konsep diri seseorang.

- 2) Kompetensi dalam area yang dihargai oleh individu dan orang lain  
Kompetensi yang dimaksud dalam bidang tertentu, mengenai kemampuan individu yang ditampilkan sehingga mendapatkan penghargaan atau pengakuan dari orang lain.
- 3) Aktualisasi diri, atau implementasi dan realisasi dari potensi pribadi yang sebenarnya  
Sebagai potensi-potensi fisik maupun psikologis yang ada pada diri individu untuk mencapai tujuannya.<sup>17</sup>

### c. Indikator

Menurut Berzonsky yang dikutip oleh Gunarsih, mengemukakan indikator-indikator konsep diri ada beberapa yaitu:

- 1) Konsep diri fisik  
Yaitu penilaian individu terhadap segala sesuatu yang dimilikinya baik yang menyangkut harta benda maupun bentuk tubuh.
- 2) Konsep diri sosial

---

<sup>17</sup> Ratna Dwi Astuti, "Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsep Diri Siswa Sekolah Dasar Negeri Mendungan 1 Yogyakarta," *Skripsi* (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2014), 23-24.

Meliputi bagaimana peranan sosial yang dimainkan oleh individu dan sejauh mana penilaian individu terhadap performanya.

3) Konsep diri moral

Meliputi nilai-nilai dan prinsip-prinsip yang memberi arti dan arah bagi kehidupan individu.

4) Konsep diri pesikis

Meliputi pikiran, perasaan dan sikap-sikap individu terhadap dirinya sendiri.<sup>18</sup>

## B. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Judul, Nama, Tahun	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Pengaruh Kultur Sekolah, Konsep Diri, Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa, Zahrawati dan Faraz, (2017)	Kultur sekolah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa. Konsep diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa.	Metode Analisis: analisis deskripsi, analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda, Menggunakan Variabel independen konsep diri serta variabel	Menggunakan variabel independen kultur sekolah dan status sosial ekonomi orang tua. Penelitian ini memiliki tempat

<sup>18</sup> Frida Dwi Gunarsih, "Hubungan Interaksi Sosial, Konsep Diri, Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Prestasi Belajar Matematika Siswa Kelas VIII SMP Negeri Se-Kecamatan Pituruh Tahun Pelajaran 2015/2016," *Skripsi* (Purworejo: Universitas Muhammadiyah Purworejo, 2016), 11.

		Status sosial ekonomi orang tua berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa.	dependen yaitu perilaku konsumtif	penelitian yang berbeda
2.	Hubungan Antara Gaya Hidup dan Kelas Sosial Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja di SMA Trimurti Surabaya, Yulia Primadini I dan Meita Santi Budiani, (2014)	Terdapat hubungan yang signifikan antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif pada remaja SMA Trimurti Surabaya. Terdapat hubungan yang signifikan antara kelas sosial dengan perilaku konsumtif pada remaja SMA Trimurti Surabaya.	Metode analisis menggunakan korelasi sederhana, korelasi ganda, dan regresi ganda, Menggunakan variabel independen kelas sosial serta variabel dependen yaitu perilaku konsumtif	Menggunakan variabel independen gaya hidup, penelitian ini memiliki tempat penelitian yang berbeda
3.	Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Konsep Diri Dan <i>Financial Literacy</i> Terhadap Perilaku Konsumtif, Hidayanti Riyanto, Aryan	Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif. Terdapat pengaruh negatif dan signifikan	Metode analisis menggunakan regresi linier berganda, Menggunakan variabel independen konsep diri serta variabel dependen yaitu	Menggunakan variabel independen media sosial, <i>Financial literacy</i> , serta penelitian ini memiliki tempat penelitian yang berbeda.

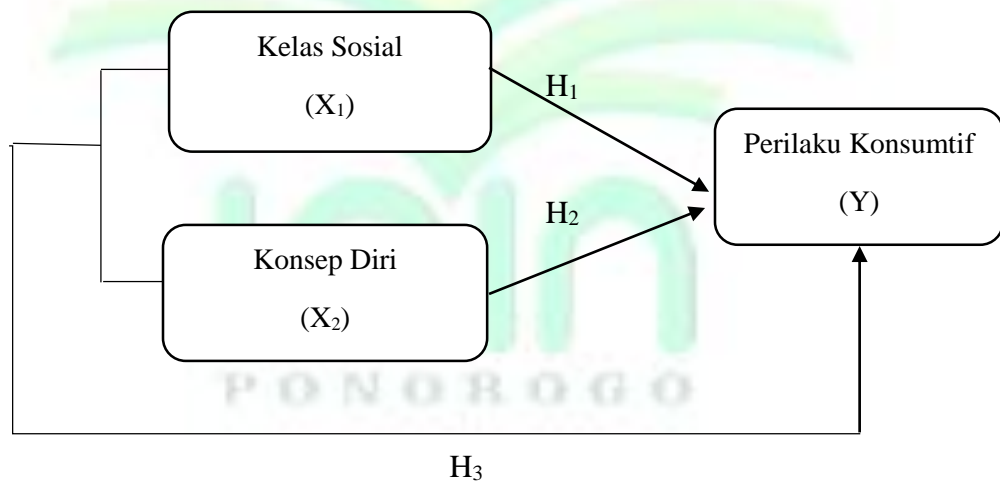


	Eka Prastiya Nugraha, (2017)	pada variabel konsep diri terhadap perilaku konsumtif. Terdapat pengaruh negatif dan signifikan pada variabel <i>financial literacy</i> terhadap perilaku konsumtif.	perilaku konsumtif	
4.	Pengaruh Literasi Keuangan, Konsep Diri Dan Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 1 Kota Bajawa, Mawo, Thomas dan St Sunarto, (2017).	Literasi keuangan secara parsial berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif siswa SMAN 1 Kota Bajawa. Konsep diri dan budaya terdapat pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa SMAN 1 Kota Bajawa.	Metode analisis menggunakan analisis regresi berganda, menggunakan variabel independen konsep diri serta variabel dependen yaitu perilaku konsumtif	Menggunakan variabel independen literasi keuangan, budaya, serta penelitian ini juga memiliki tempat penelitian yang berbeda.
5.	Pengaruh Kelas Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Lingkungan Keluarga Terhadap	Terdapat pengaruh positif kelas sosial ekonomi orang tua dan lingkungan	Metode analisis menggunakan analisis statistik deskriptif, dan	Menggunakan variabel independen lingkungan keluarga serta variabel

Perilaku Konsumsi (Studi Kasus Siswa Kelas X IPS MAN 2 Kudus), Zunita Kurniawati, (2017)	keluarga terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IPS MAN 2 Kudus	analisis regresi linier berganda, serta menggunakan variabel independen kelas sosial ekonomi orang tua	dependen perilaku konsumsi serta penelitian ini memiliki tempat penelitian yang berbeda
--	---	--	---

### C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran diturunkan dari suatu teori yang relevan dengan permasalahan yang telah dirumuskan, kerangka ini dibuat dalam bagan alur yang saling berhubungan. Berdasarkan landasan teori dan telaah pustaka yang telah dirumuskan diatas, kerangka pemikirannya adalah sebagai berikut:



**Gambar 2.1**  
**Skema Kerangka Berfikir**

Berdasarkan kerangka berfikir diatas dapat digambarkan bahwa variabel bebas kelas sosial ( $X_1$ ) berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat perilaku konsumtif ( $Y$ ), variabel bebas konsep diri ( $X_2$ ) berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat perilaku konsumtif ( $Y$ ). Dan variabel bebas kelas sosial ( $X_1$ ) konsep diri ( $X_2$ ) berpengaruh secara parsial dan simultan (bersama-sama) terhadap variabel bebas perilaku konsumtif ( $Y$ ).

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.<sup>19</sup> hipotesis berasal dari kata “*hypo*” yang berarti dibawah dan “*thesa*” yang berarti kebenaran. Hipotesis dapat didefinisikan sebagai jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji atau rangkuman kesimpulan teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini dapat diuraikan yaitu sebagai berikut:

#### **1. Pengaruh Kelas Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Pengguna Shopee**

Kelas sosial adalah pembagian masyarakat kedalam kelas-kelas yang berbeda atau sastra yang berbeda yang menggambarkan perbedaan

---

<sup>19</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 64.

pendidikan, pendapatan, pemilik harta benda dan nilai yang dianut.<sup>20</sup> Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli atau memakai barang yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional, tetapi didasarkan pada keinginan irasional. Dapat disimpulkan jika perilaku konsumtif merupakan perilaku individu yang ditunjukkan untuk mengonsumsi secara berlebihan dan tidak terencana terhadap jasa dan barang yang kurang atau bahkan tidak diperlukan.<sup>21</sup> Berdasarkan penelitian Primadini dan Budiani, (2014) hal ini menunjukkan bahwa kelas sosial terdapat pengaruh yang positif signifikan terhadap perilaku konsumtif, artinya semakin tinggi kelas sosial dalam diri remaja maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtif remaja.<sup>22</sup> Sehingga tingkat kelas sosial seorang remaja yang rendah maka akan mempengaruhi seorang remaja untuk tidak berperilaku konsumtif. Maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

$H_{01}$  = Tidak Ada Pengaruh Kelas Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Pengguna Shopee Di Ponorogo

$H_{a1}$  = Ada Pengaruh Kelas Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Pengguna Shopee Di Ponorogo

---

<sup>20</sup> Yuli Primadini I dan Meita Santi Budiani, "Hubungan Antara Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di SMA Trimurti Surabaya," *Jurnal, Character*, Vol 3 No. 2, (2014), 2.

<sup>21</sup> Nufian S Febriani dan Wayan Weda Asmara Dewi, *Perilaku Konsumen Di Era Digital (Beserta Studi Kasus)*, 38.

<sup>22</sup> Yuli Primadini I dan Meita Santi Budiani, "Hubungan Antara Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di SMA Trimurti Surabaya," 2.

## **2. Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Pengguna Shopee Di Ponorogo**

Manusia memiliki pandangan dan persepsi atas dirinya sendiri. Konsep diri menjadi sebuah cara pandang yang dimiliki seseorang tentang dirinya sendiri yang mempengaruhi hubungan dengan orang lain. Dapat berupa kondisi fisik dirinya maupun lingkungannya.<sup>23</sup> Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli atau memakai barang yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional, tetapi didasarkan pada keinginan irasional. Dapat disimpulkan jika perilaku konsumtif merupakan perilaku individu yang ditunjukkan untuk mengonsumsi secara berlebihan dan tidak terencana terhadap jasa dan barang yang kurang atau bahkan tidak diperlukan.<sup>24</sup> Berdasarkan penelitian Zahrawati dan Faraz, (2017) menunjukkan bahwa konsep diri memiliki arah pengaruh yang negatif namun memiliki nilai yang signifikan sehingga artinya semakin rendah konsep diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif.<sup>25</sup> Sehingga jika seorang remaja memiliki konsep diri yang tinggi maka akan mempengaruhi perilaku remaja untuk berperilaku konsumtif. Maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

---

<sup>23</sup> Indy Mafaza, 30.

<sup>24</sup> Ibid.,38.

<sup>25</sup> Fauziah Zahrawati dan Nahiyah Jaidi Faraz, 132.

$H_{02}$ = Tidak Ada Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Pengguna Shopee Di Ponorogo

$H_{a2}$ = Ada Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Pengguna Shopee Di Ponorogo

### **3. Pengaruh Kelas Sosial dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pengguna Shopee Di Ponorogo**

Kelas sosial adalah pembagian masyarakat kedalam kelas-kelas yang berbeda atau sastra yang berbeda yang menggambarkan perbedaan pendidikan, pendapatan, pemilik harta benda dan nilai yang dianut. Konsep diri menjadi sebuah cara pandang yang dimiliki seseorang tentang dirinya sendiri yang mempengaruhi hubungan dengan orang lain. Dapat berupa kondisi fisik dirinya maupun lingkungannya. Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli atau memakai barang yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional, tetapi didasarkan pada keinginan irasional.<sup>26</sup> Dapat disimpulkan jika perilaku konsumtif merupakan perilaku individu yang ditunjukkan untuk mengonsumsi secara berlebihan dan tidak terencana terhadap jasa dan barang yang kurang atau bahkan tidak diperlukan. Maka apabila kelas sosial dan konsep diri secara bersama-sama memiliki tingkat yang kuat terhadap subjek maka akan berpengaruh

---

<sup>26</sup> Ibid., 38.

terhadap perilaku konsumtif. Sehingga peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

$H_{03}$  = Tidak Ada Pengaruh Yang Signifikan Antara Kelas Sosial dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Pengguna Shopee Di Ponorogo

$H_{a3}$  = Ada Pengaruh Yang Signifikan Antara Kelas Sosial dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Pengguna Shopee Di Ponorogo



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian adalah rencana atau struktur penelitian yang disusun sedemikian rupa sehingga kita dapat memperoleh jawaban atas permasalahan-permasalahan penelitian. Rancangan penelitian bertujuan untuk memberi pertanggungjawaban terhadap semua langkah yang akan diambil.<sup>1</sup>

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut Kasiran, adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat untuk menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui.<sup>2</sup> Variabel dalam penelitian ini ada dua macam yaitu: variabel independen dan variabel dependen yaitu sebagai berikut:

1. Kelas sosial dan konsep diri (variabel X) sebagai variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variabel dependen.
2. Perilaku konsumtif (variabel Y) sebagai variabel dependen merupakan variabel yang akan menjadi akibat karena adanya variabel independen.

---

<sup>1</sup> Margono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 100.

<sup>2</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019), 39.



## B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

### 1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah gejala-gejala variabel yang bervariasi yaitu faktor-faktor yang dapat berubah-ubah ataupun dapat diubah untuk tujuan penelitian. Variabel penelitian perlu ditentukan dan dijelaskan agar alur hubungan dua atau lebih variabel dalam penelitian dapat dicapai dan dianalisis.<sup>3</sup> Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang saling berhubungan antara satu dengan yang lain yaitu sebagai berikut:

#### a. *Independent Variable*

*Independent variable* adalah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel dependent dan mempunyai hubungan yang positif ataupun yang negatif bagi variabel dependent nantinya. *Independent variable* sering juga disebut dengan variabel bebas atau variabel yang mempengaruhi.<sup>4</sup> *Independent variable* dalam penelitian ini adalah Kelas Sosial ( $X_1$ ) dan Konsep Diri ( $X_2$ ).

#### b. *Dependent variable*

*Dependent variable* adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam sebuah pengamatan. Tujuan penelitian adalah memahami dan membuat variabel terikat, menjelaskan variabilitasnya atau

---

<sup>3</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Edisi Kedua* (Jakarta: Kencana, 2017), 103.

<sup>4</sup> Safrizal Helmi Situmorang, *Analisis Data Untuk Riset dan Manajemen* (Medan: USU, 2010), 7.

memprediksinya. *Dependent variable* sering juga disebut dengan variabel terikat atau variabel terpengaruh. *Dependent variable* dalam penelitian ini adalah Perilaku Konsumtif (Y).

## 2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan definisi yang didasarkan pada sifat-sifat yang didefinisikan yang bisa diamati atau diobservasi. Jadi definisi operasional adalah pernyataan yang sangat jelas sehingga tidak menimbulkan kesalah pahaman penafsiran karena dapat diobservasi dan dibuktikan perilakunya.<sup>5</sup> Definisi operasional adalah variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis, instrumen serta sumber pengukuran berasal dari mana.<sup>6</sup>

### a. Perilaku Konsumtif (Y)

Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli atau memakai barang yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional, tetapi didasarkan pada keinginan irasional.<sup>7</sup> Dapat disimpulkan bahwa dapat menunjukkan suatu tindakan mengonsumsi suatu barang atau jasa tanpa adanya suatu pertimbangan.

### b. Kelas Sosial (X<sub>1</sub>)

---

<sup>5</sup> Eko Putro Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), 130.

<sup>6</sup> V Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019), 77.

<sup>7</sup> Nufian S Febriani dan Wayan Weda Asmara Dewi, *Perilaku Konsumen Di Era Digital (Beserta Studi Kasus)*, 38.

Kelas sosial adalah pembagian masyarakat kedalam kelas-kelas yang berbeda atau sastra yang berbeda yang menggambarkan perbedaan pendidikan, pendapatan, pemilik harta benda dan nilai yang dianut. Kelas sosial juga bergantung pada sosial pada individual yang menyangkut aspek nilai keluarga, gaya hidup, kesenangan dan perilaku yang dapat dikategorikan. Kelas sosial memiliki tiga dimensi yaitu kelas atas, kelas menengah dan kelas bawah, yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif remaja.<sup>8</sup> Dapat disimpulkan jika kelas sosial mengacu pada pengelompokan orang-orang yang sama berdasarkan pada masing-masing kelas sosial ekonomi remaja.

c. Konsep Diri ( $X_2$ )

Manusia memiliki pandangan dan persepsi atas dirinya sendiri. Konsep diri menjadi sebuah cara pandang yang dimiliki seseorang tentang dirinya sendiri yang mempengaruhi hubungan dengan orang lain. Dapat berupa kondisi fisik dirinya maupun lingkungannya.<sup>9</sup> konsep diri sebagai gambaran yang membentuk konsep tentang diri sendiri melalui interaksi dengan seseorang yang akan mempengaruhi tingkah lakunya.

---

<sup>8</sup> Yuli Primadini I, 2.

<sup>9</sup> Indy Mafaza, "Pengaruh Konsep Diri Dan Pengguna Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang)," 30.

**Tabel 3.1**  
**Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional**

No	Nama Variabel	Indikator	Butir Soal	Sumber
1	Kelas Sosial (X <sub>1</sub> )	1. Kekayaan 2. Pekerjaan 3. Pendidikan	1. Membeli produk secara online di shopee menunjukkan kelas sosial saya 2. Saya membeli produk secara online karena gengsi 3. Harga produk-produk di Shopee sesuai dengan keuangan saya 4. Harga di Shopee terjangkau dan sesuai kualitasnya 5. Semakin tinggi pendidikan, maka semakin besar keinginan untuk menentukan barang yang akan dibeli 6. Saya dapat menentukan antara kebutuhan dan keinginan 7. Saya hanya membeli produk yang bermerek di Shopee	Kotler dalam Sumarga dan Lestari (2019)

No	Nama Variabel	Indikator	Butir Soal	Sumber
			8. Saya merasa produk di Shopee tidak memuaskan	
2	Konsep Diri ( $X_2$ )	1. Konsep diri fisik 2. Konsep diri sosial 3. Konsep diri moral 4. Konsep diri psikis	9. Saya menghabiskan banyak uang untuk berbelanja 10. Saya menghabiskan banyak waktu untuk memikirkan siapakah saya sebenarnya 11. Saya sulit untuk menolak ajakan teman untuk berbelanja 12. Saya melihat teman mempunyai barang yang baru, jadi ingin memilikinya juga 13. Saya menolak sesuatu yang buruk bagi saya 14. Saya termasuk orang yang teguh dalam berpendirian 15. Saya sering susah memikirkan sesuatu karena saya tidak yakin	Berzonsky dalam Gunarsih (2016)

No	Nama Variabel	Indikator	Butir Soal	Sumber
			<p>dengan apa yang saya inginkan</p> <p>16. Saya mudah tergiur untuk membeli produk secara online</p> <p>17. Saya sulit menahan keinginan untuk membeli produk menarik yang saya lihat di Shopee</p> <p>18. Saya tidak mudah mengikuti ajakan teman untuk berbelanja di Shopee</p>	
3	Perilaku Konsumtif (Y)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iming-iming hadiah</li> <li>2. Kemasan menarik</li> <li>3. Menjaga penampilan gengsi</li> <li>4. Perimbangan harga</li> <li>5. Sekedar menjaga symbol atau status</li> <li>6. Unsur komformitas terhadap</li> </ol>	<p>19. Saya membeli barang/jasa secara online karena adanya gratis ongkir</p> <p>20. Saya mengonsumsi barang karena ada diskon</p> <p>21. Saya membeli barang karena kemasannya menarik</p> <p>22. Saya tidak mudah tergoda untuk membeli produk</p>	Sumartono (2002)

No	Nama Variabel	Indikator	Butir Soal	Sumber
		model yang mengiklankan	<p>yang tiba-tiba saya lihat</p> <p>23. Bagi saya, tidak perlu memaksakan diri untuk membeli suatu produk hanya karena ingin diperhatikan orang lain</p> <p>24. Saya membeli produk karena tiba-tiba tertarik saja</p> <p>25. Saya tetap membeli suatu produk walaupun uang saya pas-pasan</p> <p>26. Saya cenderung tidak perhitungan menggunakan uang untuk membeli barang di Shopee</p> <p>27. Saya membeli di Shopee karena barang yang dijual mutu produknya bagus</p> <p>28. Saya membeli produk di Shopee tanpa</p>	

No	Nama Variabel	Indikator	Butir Soal	Sumber
			<p>perencanaan sebelumnya</p> <p>29. Saya membeli produk yang diiklankan oleh artis idola saya, karena saya menyakini bahwa produk yang diiklankan oleh public figure adalah produk andalan</p> <p>30. Saya melihat iklan dengan model terbaru, saya segera membelinya</p> <p>31. Saya sering kehabisan uang bulanan sebelum waktunya, karena untuk membeli produk di Shopee</p> <p>32. Saya tidak harus memiliki produk yang sedang trend</p>	

### C. Lokasi dan Periode Penelitian

Dalam suatu penelitian sangat penting menentukan lokasi penelitian dan waktu penelitian. Dalam penelitian ini dilakukan khususnya kepada pengguna



shopee di Ponorogo. Dengan menyebarkan kuesioner kepada para remaja pengguna shopee di Ponorogo. Ruang lingkup penelitian ini pengguna shopee yang sudah memenuhi kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti. Waktu penelitian ini dilaksanakan selama 1 bulan yaitu mulai tanggal 19 Juli 2021 sampai 19 Agustus 2021.

#### **D. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi merupakan keseluruhan dari objek penelitian atau bisa disebut dengan *univuerse*.<sup>10</sup> Populasi adalah sumber data dalam suatu penelitian yang memiliki jumlah yang luas.<sup>11</sup> Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karkateristik tertentu.<sup>12</sup> Populasi berarti seluruh objek yang akan diteliti dengan jumlah populasi yang besar. Dalam hal ini populasinya adalah para remaja di Ponorogo yang menggunakan akun Shopee. Karena jumlah remaja di Ponorogo yang menggunakan akun Shopee begitu banyak, sehingga populasi remaja pengguna Shopee tidak diketahui secara pasti jumlahnya.

---

<sup>10</sup> Tukiran Taniredja dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), 33.

<sup>11</sup> Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2014), 137.

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 80.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Sampel dapat diartikan juga sebagai wakil dari populasi, atau sebagian dari keseluruhan objek yang diteliti yang dianggap dapat mewakili seluruh populasi dengan cara tertentu.<sup>13</sup>

Untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini jumlahnya belum dapat diketahui, karena jumlah responden belum diketahui secara pasti jumlahnya, maka rumus yang digunakan untuk menghitung adalah *Choacran*:

$$n = \frac{\left[ \frac{Z_{\pi}}{2} \right]^2 \cdot P \cdot q}{e^2}$$

Dimana:

n = Jumlah Sampel yang diperlukan

$Z_{\pi/2}$  = Distribusi Normal Standar

P = Peluang Benar 50%

q = Peluang Salah 50%

e = eror pengambilan sampel/tingkat kesalahan sampel<sup>14</sup>

Dengan menggunakan rumus di atas maka perhitungannya adalah:

<sup>13</sup> Tukiran Taniredja, Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif*, 34.

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D*, 142-143.

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{\left[ Z_{\frac{\alpha}{2}} \right]^2 \cdot P \cdot q}{e^2} \\
 &= \frac{(1,96)^2 \cdot (50\%) \cdot (50\%)}{(10\%)^2} \\
 &= \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01} \\
 &= \frac{0,9604}{0,01} \\
 &= 96,04
 \end{aligned}$$

Jadi berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka diketahui besar sampel yang diperlukan berjumlah 96,04 responden atau dapat dibulatkan menjadi 96 responden.

Teknik pengambilan sampel menggunakan pengambilan sampel *non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.<sup>15</sup> Dan salah satu teknik yang digunakan yaitu *sampling incidental*, teknik penentuan sampel yang penentuannya didasarkan pada kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan (*insidental*) bertemu dengan peneliti maka akan dijadikan sebagai sampel.<sup>16</sup> Sehingga semua remaja pengguna Shopee di Ponorogo memiliki peluang untuk menjadi sampel.

---

<sup>15</sup> Ibid., 136.

<sup>16</sup> Ibid., 67.

## **E. Jenis dan Sumber Data**

### **1. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diukur berupa skala numerik atau angka-angka.

### **2. Sumber Data**

#### **a. Data Primer**

Data primer merupakan sumber data yang didapatkan secara langsung atau dapat dikatakan sumber data secara langsung memberikan data kepada pengumpul data (dalam hal ini yaitu peneliti).<sup>17</sup> Dalam penelitian ini data didapatkan melalui penyebaran kuesioner kepada anggota sampel atau responden yang telah ditentukan sebelumnya yaitu pengguna Shopee remaja di Ponorogo, terkait jumlah dan cara penyebarannya, serta identitas respondennya.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan sumber data yang tidak secara langsung memberikan data kepada pengumpul data (dalam hal ini yaitu peneliti).<sup>18</sup> Data sekunder dapat berupa data-data yang sudah tersedia dan dapat diperoleh peneliti melalui cara membaca, mendengarkan atau melihat. Data sekunder biasanya berasal dari data primer yang sudah

---

<sup>17</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), 137.

<sup>18</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 137.

diperoleh oleh peneliti sebelumnya.<sup>19</sup> Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari literatur yang relevan seperti jurnal, buku referensi, internet dan lain-lain.

## F. Metode Pengumpulan Data

### 1. Kuesioner

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuesioner. Metode kuesioner yaitu metode pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden sesuai dengan permintaan peneliti.<sup>20</sup> Isi materi kuesioner meliputi identitas responden dan butir-butir pertanyaan variabel penelitian beserta alternatif jawaban. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.<sup>21</sup>

Untuk mempermudah pengambilan kesimpulan dari tanggapan yang diperoleh dalam pembagian kuesioner, maka digunakan skala Likert empat jawaban. Dengan nilai masing-masing sebagai berikut:<sup>22</sup>

Sangat Tidak Setuju (STS)	skor 1
Tidak Setuju (TS)	skor 2

---

<sup>19</sup> Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 209.

<sup>20</sup> Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2011), 25-26.

<sup>21</sup> Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Ekonomi: Alat Statistik dan Analisis Output Komputer* (Yogyakarta: CAPS, 2011), 24.

<sup>22</sup> Sutrisno Hadi, *Analisis Butir Untuk Instrumen Angket, Tes dan Skala Nilai* (Yogyakarta: FP UGM, 1991), 9.

Setuju (S) skor 3

Sangat Setuju (SS) skor 4

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Hadi, peneliti memilih menggunakan modifikasi Likert dengan empat skala dikarenakan untuk menghilangkan kelemahan dalam skala tingkat. Kelemahan tersebut diantaranya:<sup>23</sup>

- a. Kategori *Undeciden* (ragu-ragu) mempunyai arti ganda, bis diartikan belum dapat memutuskan atau memberi jawaban (menurut konsep aslinya). Kategori jawaban ganda arti tersebut tentu saja tidak diharapkan dalam suatu instrumen.
- b. Dengan adanya jawaban ditengah dapat menimbulkan, terutama bagi mereka yang ragu-ragu atas kecenderungan pendapat responden, kearah setuju maupun tidak setuju. Jika disediakan jawaban itu maka akan menghilangkan banyak data penelitian sehingga mengurangi banyaknya informasi yang dapat dijaring dari responden.

## 2. Wawancara

Wawancara sebagai teknik pengumpulan data ketika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin meneliti hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya banyak atau sedikit.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Ibid.,

<sup>24</sup> Uma Sekaran, *Metode Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2017), 136.

Wawancara juga memiliki dua jenis yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur.<sup>25</sup>

Dalam penelitian ini menggunakan wawancara tidak terstruktur sebagai pendahuluan dan dilanjutkan wawancara terstruktur. Wawancara tidak terstruktur yaitu peneliti tidak memasuki situasi wawancara dengan rangkaian pertanyaan yang direncanakan. Tujuan wawancara tersebut untuk mengetahui isu pendahuluan. Sehingga peneliti dapat menentukan variabel yang membutuhkan investigasi lebih lanjut. Sedangkan wawancara terstruktur dilakukan ketika seorang peneliti sudah mengetahui informasi tentang masalah yang akan didapatkan. Peneliti menyediakan daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada responden.<sup>26</sup>

## **G. Validitas dan Realibilitas Instrumen**

### **1. Validitas**

Instrumen dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat dengan tepat mengukur apa yang hendak diukur. Dengan kata lain validitas berkaitan dengan ketepatan dengan alat ukur. Dengan instrumen yang valid akan menghasilkan data yang valid pula.<sup>27</sup>

---

<sup>25</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 120.

<sup>26</sup> *Ibid.*, 36-38.

<sup>27</sup> Eko Putro Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 141-142.

Menurut Sugiyono, validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Menurut Anwar menyatakan bahwa validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukur dalam melakukan fungsi ukurnya.<sup>28</sup>

Analisis ini dipakai untuk mengukur seberapa cermat suatu tes melakukan fungsi ukurnya atau telah benar-benar dapat mencerminkan variabel yang diukur.<sup>29</sup> Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai  $R_{hitung}$  (*correlation item total correlation*) dengan  $R_{tabel}$  untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dengan  $\alpha = 5\%$ . Kriteria uji validitas adalah:

- a. Apabila  $R_{hitung} > R_{tabel}$  maka kuesioner tersebut valid.
- b. Apabila  $R_{hitung} < R_{tabel}$  maka kuesioner tersebut tidak valid.

## 2. Reliabilitas

Reliabilitas dalam bahasa Indonesia diambil dari kata *reliability* dalam bahasa Inggris berasal dari kata asal *reliable* yang artinya dapat dipercaya. Instrumen tes dikatakan dapat dipercaya (*reliable*) jika memberikan hasil yang tetap atau ajeg (konsisten) apabila dites berkali-kali.<sup>30</sup> menurut

---

<sup>28</sup> Muh. Fitrah dan Luthfiah, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus* (Sukabumi: CV Jejak, 2017), 87.

<sup>29</sup> Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Tindakan* (Bandung: PT Refika Aditama, 2014), 98.

<sup>30</sup> *Ibid.*, 157.



sudjana reliabilitas adalah ketepatan atau keajegan alat tersebut dalam menilai apa yang dinilainya. Artinya kapanpun alat penilaian tersebut digunakan dapat memberikan hasil yang relatif sama.<sup>31</sup>

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Uji ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60.<sup>32</sup>

## H. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian yang diperoleh berdistribusi normal atau mendekati normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal.<sup>33</sup> Uji normalitas dapat dilakukan dengan cara uji kolmogorov smirnov. Apabila nilai probabilitas > 0,05 maka data tersebut dinyatakan berdistribusi normal, dan apabila < 0,05 maka distribusi tidak normal.

---

<sup>31</sup> Sudjana, *Metode Statistika Edisi Ke 6* (Bandung: Tarsito, 2005), 16.

<sup>32</sup> V Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 169.

<sup>33</sup> Tony Wijaya, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS* (Yogyakarta: Universitas Atmajaya, 2009), 126.

### **b. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji adanya perbedaan *variance* residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Analisis yang digunakan dapat dilakukan dengan melihat signifikan variabel independen signifikan statistik memengaruhi dependen (dengan probabilitas signifikasinya lebih dari 0,05) maka ada indikasi terjadinya heteroskedastisida.<sup>34</sup>

### **c. Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas yakni dengan menghitung koefisien korelatif antar variabel bebas. Selain itu, uji ini digunakan untuk mengetahui keseluruhan standar estimasi model dalam penelitian. Apabila nilai  $VIP > 10$  mengidentifikasi terdapat multikolinieritas antara variabel bebas. Jika nilai  $VIP < 10$  mengidentifikasi tidak terdapat multikolinieritas antara variabel bebas.<sup>35</sup>

### **d. Uji Autokolerasi**

Pengujian menggunakan metode ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Namun pada data yang memiliki sampel *Crossection* jarang terjadi karena variabel pengganggu satu berbeda

---

<sup>34</sup> Ibid., 236.

<sup>35</sup> Rohmad, *Pengantar Statistika* (Yogyakarta: Kalmedia, 2016), 200.

dengan yang lain. Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson dengan kriteria jika:

- 1) Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif
- 2) Angka D-W di antara -2 dan +2 berarti tidak ada autokorelasi
- 3) Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif <sup>36</sup>

## 2. Analisis Regresi

### a. Regresi linier Sederhana

Regresi linear sederhana adalah regresi linear dimana variabel hanya ada dua variabel terikat X dan Y.<sup>37</sup> Analisis ini digunakan untuk menganalisis variabel X terhadap variabel Y. Analisis regresi linear (garis lurus) sederhana digunakan persamaan untuk garis regresi sebagai berikut:<sup>38</sup>

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = variabel terikat

X = variabel bebas

a = *intersept*

b = koefisien regresi

---

<sup>36</sup> Ibid., 177.

<sup>37</sup> Ating Somantri dan Sambas Ali Muhidin, *Aplikasi Statistik dalam Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), 265.

<sup>38</sup> Budi Susetyo, *4 Statistika Untuk Analisis Data Penelitian Dilengkapi Cara Perhitungan dengan SPSS Dan MS. Office Excel* (Bandung : Refika Aditama, 2010), 125-126.

### b. Analisis Regresi Berganda

Analisa regresi berganda adalah regresi dimana sebuah variabel terikat (Y) dihubungkan dengan dua variabel atau lebih variabel bebas (X).<sup>39</sup> Juga dapat digunakan untuk memprediksi atau menaksir (estimasi) besarnya nilai suatu variabel terhadap variabel lainnya. Bentuk persamaan garis regresi adalah :<sup>40</sup>

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Perilaku Konsumtif

$\alpha$  : Konstanta

$b_1$  : Koefisien Regresi  $X_1$

$b_2$  : Koefisien Regresi  $X_2$

$X_1$  : Kelas Sosial

$X_2$  : Konsep Diri

e : Error

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji t

Uji t untuk melihat signifikan pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Apabila nilai probabilitas

<sup>39</sup> Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial* ( Bandung : PT Revika Aditama,2012),430.

<sup>40</sup> Sambas Ali Muhidin dan Maman Abdurahman, *Analisi Korelasi, Regresi dan Jalur dalam Penelitian* (Bandung : Pustaka Setia,2011), 199.

signifikannya lebih kecil dari 0,05 (5%), maka suatu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis diterima jika taraf signifikan  $\alpha < 0,05$  dan hipotesis ditolak jika taraf signifikan  $\alpha > 0,05$ .

Kriteria:

- 1) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- 2) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Atau

- 1) Jika  $p < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- 2) Jika  $p > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.<sup>41</sup>

#### **b. Uji F**

Uji f digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Signifikansi model regresi secara simultan diuji dengan melihat nilai signifikansi dimana jika nilai sig dibawah 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- 2) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Atau

---

<sup>41</sup> Ibid., 229.

- 1) Jika  $p < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- 2) Jika  $p > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.<sup>42</sup>

**c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X). Jika *R Square* semakin besar maka prosentase perubahan variabel Y yang disebabkan oleh variabel X semakin tinggi. Jika *R Square* kecil, maka prosentase perubahan variabel Y yang disebabkan oleh variabel X semakin rendah.<sup>43</sup>

---

<sup>42</sup> Ibid., 228.

<sup>43</sup> Ibid., 164.

## BAB IV

### PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

#### A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

##### 1. Profil Perusahaan

PT. Shopee Internasional Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penjualan produk secara online. PT. Shopee Internasional Indonesia dikenal dengan aplikasi Shopee. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi *mobile* yang berbasis *e-commerce* untuk memudahkan penggunaannya dalam melakukan kegiatan belanja online tanpa harus membuka website melalui perangkat komputer. Dalam aplikasinya, Shopee menawarkan berbagai macam produk-produk yang ditawarkan seperti pakaian wanita, pria, barang-barang elektronik, alat rumah tangga, kebutuhan olahraga dan sebagainya.

Masuknya Shopee ke pasar Indonesia pada akhir bulan Mei 2015 dan baru mulai beroperasi pada akhir Juni 2015 di Indonesia. Shopee merupakan anak perusahaan dari Garena yang berbasis di Singapura. Shopee telah hadir di berbagai Negara dikawasan Asia Tenggara seperti Singapura, Thailand, Vietnam, Malaysia, Filipina, dan Indonesia. Shopee Indonesia beralamat di JL.Letjen. S Parman, Palmerah Wisma 77 Tower 2. Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11410, Indonesia.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Shopee Karir, <https://careers.shopee.co.id/about/>. (diakses pada tanggal 23 Agustus 2021, pukul 11.30).

Shopee hadir di Indonesia untuk membawa pengalaman berbelanja baru. Shopee memfasilitasi penjual untuk berjualan dengan mudah serta memfasilitasi pembeli dengan proses pembayaran yang aman dan pengaturan logistik yang terintegrasi. Adapun sasaran pengguna Shopee adalah kalangan muda yang saat ini terbiasa melakukan kegiatan dengan *gadget* termasuk kegiatan berbelanja. Untuk itu Shopee hadir dalam bentuk aplikasi *mobile* untuk menunjang kegiatan berbelanja yang cepat, mudah dan efisien.<sup>2</sup>

## 2. Logo Perusahaan, Visi dan Misi Perusahaan

### a. Logo Perusahaan<sup>3</sup>



**Gambar 4.1**  
**Logo Shopee**

### b. Visi dan Misi Perusahaan

Visi Shopee : Menjadi *mobile market place* nomor 1 di Indonesia.

Misi Shopee : Mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi para penjual di Indonesia.

<sup>2</sup> Chusnul Hajjah Murni, “Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Online Shop Di Shopee”, *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2020), 77.

<sup>3</sup> <https://shopee.co.id/Logo-Shopee-i.12209564.9931247828>, (diakses pada tanggal 1 Oktober 2021, pukul 11.30).



## B. Hasil Pengujian Instrumen

### 1. Uji Validitas

Validitas merupakan sebuah ukuran yang menggambarkan kesahihan suatu instrumen. Semakin tinggi nilai validitas suatu instrumen maka semakin valid instrumen tersebut, sebaliknya semakin rendah nilai validitas suatu instrumen maka instrumen tersebut tidak valid. Dengan ketentuan nilai  $R_{hitung} > R_{Tabel}$ , dimana nilai  $R_{Tabel}$  adalah 0,200 sebuah instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur dan mengungkap data diri variabel yang diteliti.<sup>4</sup> Pengujian validitas terhadap instrumen penelitian dilakukan dalam bentuk angket/kuesioner yang diberikan kepada 96 responden yaitu para remaja pengguna Shopee Di Ponorogo.

Hasil uji validitas dari instrumen penelitian pada variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $Y$  dapat disajikan sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kelas Sosial**

NO	Pernyataan	$R_{hitung}$	$R_{Tabel}$	Keterangan
1	KS1	0,638	0,200	Valid
2	KS2	0,506	0,200	Valid
3	KS3	0,668	0,200	Valid
4	KS4	0,568	0,200	Valid
5	KS5	0,480	0,200	Valid

<sup>4</sup> Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2017), 348.

6	KS6	0,703	0,200	Valid
7	KS7	0,642	0,200	Valid
8	KS8	0,027	0,200	Tidak Valid

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 16.0 Tahun 2021

Dari data yang disajikan pada Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa 8 pernyataan (KS1, KS2, KS3, KS4, KS5, KS6, KS7) pada variabel kelas sosial ( $X_1$ ) memiliki  $R_{Hitung} > 0,200$  sehingga dikatakan valid. Sedangkan pada 1 item pernyataan (KS8) memiliki  $R_{Hitung} < 0,200$  sehingga dikatakan tidak valid dan dikeluarkan dari instrumen karena pernyataan lain sudah dapat mewakili untuk mengukur indikator variabel kelas sosial. Sehingga pernyataan yang digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian yaitu 7 butir pernyataan.

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Konsep Diri**

NO	Pernyataan	$R_{Hitung}$	$R_{Tabel}$	Keterangan
1	KD1	0,485	0,200	Valid
2	KD2	0,226	0,200	Valid
3	KD3	0,577	0,200	Valid
4	KD4	0,684	0,200	Valid
5	KD5	0,287	0,200	Valid
6	KD6	0,213	0,200	Valid
7	KD7	0,079	0,200	Tidak Valid
8	KD8	0,649	0,200	Valid

9	KD9	0,759	0,200	Valid
10	KD10	0,506	0,200	Valid

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 16.0 Tahun 2021

Dari data yang disajikan pada Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa 10 pernyataan (KD1, KD2, KD3, KD4, KD5, KD6, KD8, KD9, KD10) pada variabel konsep diri ( $X_2$ ) memiliki  $R_{Hitung} > 0,200$  sehingga dikatakan valid. Sedangkan pada 1 item pernyataan (KD7) memiliki  $R_{Hitung} < 0,200$  sehingga dikatakan tidak valid dan dikeluarkan dari instrumen karena pertanyaan lain sudah dapat mewakili untuk mengukur indikator variabel konsep diri. Sehingga pernyataan yang digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian yaitu 9 butir pernyataan.

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif**

NO	Pernyataan	$R_{Hitung}$	$R_{Tabel}$	Keterangan
1	PK1	0,086	0,200	Tidak Valid
2	PK2	0,110	0,200	Tidak Valid
3	PK3	0,567	0,200	Valid
4	PK4	0,692	0,200	Valid
5	PK5	0,721	0,200	Valid
6	PK6	0,672	0,200	Valid
7	PK7	0,679	0,200	Valid
8	PK8	0,738	0,200	Valid
9	PK9	0,509	0,200	Valid

10	PK10	0,583	0,200	Valid
11	PK11	0,666	0,200	Valid
12	PK12	0,763	0,200	Valid
13	PK13	0,697	0,200	Valid
14	PK14	0,256	0,200	Valid

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 16.0 Tahun 2021

Dari data yang disajikan pada Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa 14 pernyataan (PK3, PK4, PK5, PK6, PK7, PK8, PK9, PK10, PK11, PK12, PK13, PK14) pada variabel perilaku konsumtif (Y) memiliki  $R_{Hitung} > 0,200$  sehingga dikatakan valid. Sedangkan pada 2 item pernyataan (PK1 dan PK2) memiliki  $R_{Hitung} < 0,200$  sehingga dikatakan tidak valid dan dikeluarkan dari instrumen karena pernyataan lain sudah dapat mewakili untuk mengukur indikator variabel perilaku konsumtif. Sehingga pernyataan yang digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian yaitu 12 butir pernyataan.

## 2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas digunakan untuk menunjukkan bahwa suatu instrumen dapat dipercaya serta digunakan sebagai alat pengumpul data, dimana instrumen yang digunakan sudah cukup baik. Suatu variabel dalam instrumen dianggap reliabel jika nilai Cronbach's Alpha yang dihasilkan saat pengujian lebih dari 0,6.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Ibid., 348.

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Nilai Cronbach's	Batas	Keputusan
1	X <sub>1</sub>	0,720	0,6	Reliabel
2	X <sub>2</sub>	0,629	0,6	Reliabel
3	Y	0,859	0,6	Reliabel

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 16.0 Tahun 2021

Dari data yang disajikan pada Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's dari masing-masing variabel (X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> dan Y) lebih dari 0,6 sehingga item pernyataan yang diajukan sudah reliabel.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian validitas dan reliabilitas pada variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> dan Y menunjukkan bahwa 7 pernyataan dari variabel X<sub>1</sub>, 9 pernyataan dari variabel X<sub>2</sub>, dan 12 pernyataan dari variabel Y sudah valid dan reliabel, sehingga instrumen yang dimiliki dapat digunakan sebagai instrumen pengumpulan data.

### C. Hasil pengujian Deskriptif

#### 1. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan alat uji untuk mengukur tingkat normalitas data sehingga data tersebut dapat dipakai dalam pengujian statistik parametrik. Pengujian normalitas data dilakukan dengan Uji

Kolmogorov Smirnov, hasil uji normalitas data dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Hasil Pengujian Normalitas Residual**

		<i>Unstandardized residual</i>
N		97
<i>Normal Parameters<sup>a</sup></i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	4.19955206
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0,060
	<i>Positive</i>	0.053
	<i>Negative</i>	-0,060
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>		0,588
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0,880

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 16.0 Tahun 2021

Dari Tabel 4,5 dapat diketahui bahwa data berdistribusi normal dan bernilai signifikan. Karena nilai hasil pengujiannya sebesar 0,880 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05.

#### **b. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya gangguan heteroskedastisitas pada variabel yang diuji dalam penelitian ini. Hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	T	Sig.	Keputusan
X <sub>1</sub>	0,680	0,498	Non Heteroskedastisitas
X <sub>2</sub>	-0,678	0,500	Non Heteroskedastisitas

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 16.0 Tahun 2021

Dari Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi masing-masing variabel lebih dari 0,05 sehingga secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas pada penelitian ini.

### c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang mempunyai kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Dengan ketentuan jika nilai VIF yang dihasilkan antara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas.<sup>6</sup> Hasil uji multikolinieritas pada penelitian ini dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut:

---

<sup>6</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2019), 158-159.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel Independen	<i>Tolerance</i>	VIF	Keputusan
X <sub>1</sub>	0,695	1.439	Non Multikolinieritas
X <sub>2</sub>	0,695	1.439	Non Multikolinieritas

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 16.0 Tahun 2021

Dari Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa variabel X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> mempunyai nilai *tolerance* 0,695 dan nilai VIF sebesar 1.439. dengan demikian seluruh variabel independen dalam penelitian ini mempunyai nilai VIF kurang dari 10, yang artinya tidak terjadi multikolinieritas variabel independen terhadap variabel dependen.

#### d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan alat uji dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel pengganggu pada periode tertentu dalam satu waktu. Cara mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson dengan kriteria sebagai berikut:

- 4) Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif
- 5) Angka D-W di antara -2 dan +2 berarti tidak ada autokorelasi



6) Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif <sup>7</sup>

Hasil uji autokorelasi pada penelitian ini dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

Durbin Watson	Tabel Durbin Watson		Keputusan
	Du	4dU	
1.963	1.710	2,29	Tidak Ada Autokorelasi

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 16.0 Tahun 2021

Dari Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa nilai dU diperoleh dari tabel Durbin Watson, dengan variabel independen yang digunakan sebanyak 2 variabel dengan banyaknya data 96 responden, sehingga  $k=2$  dan  $n=96$ , dengan tingkat kesalahan  $\alpha=0,05$ , maka diperoleh  $dU=1,710$ .

Nilai Durbin Watson terletak diantara dU (1.710) dan 4-dU (2,29) sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi pada model persamaan regresi linier berganda.

## 2. Uji Analisis Regresi

### a. Analisis regresi linier sederhana

Analisis ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara kelas sosial terhadap perilaku konsumtif dan pengaruh konsep

---

<sup>7</sup> Ibid.,177.

diri terhadap perilaku konsumtif. Hasil uji analisis regresi linier sederhana  $X_1$  dan  $X_2$  dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Pengaruh  $X_1$  terhadap Y**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of the Estimate
1	0,632	0,399	0,393	4,983

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 16.0 Tahun 2021

Dari hasil Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa koefisien korelasi menunjukkan nilai sebesar 0,632 yang megartikan bahwa kelas sosial memiliki hubungan positif terhadap perilaku konsumtif. Koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,399 menunjukkan bahwa kelas sosial memiliki pengaruh sebesar 39,9% berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dan 60,1% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Pengaruh  $X_2$  terhadap Y**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of the Estimate
1	0,692	0,479	0,474	4,639

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 16.0 Tahun 2021

Dari hasil Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa koefisien korelasi menunjukkan nilai sebesar 0,692 yang megartikan bahwa konsep diri memiliki hubungan positif terhadap perilaku konsumtif. Koefisien

determinasi (*R Square*) sebesar 0,479 menunjukkan bahwa konsep diri memiliki pengaruh sebesar 47,9% berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dan 52,1% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

#### b. Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda berguna untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai independen mengalami kenaikan atau penurunan. Hasil uji analisis regresi linier berganda dapat dilihat di bawah ini sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
<i>Constant</i>	35,794	5,464		6.551	0,000
Kelas Sosial	0,666	0,152	0,359	4.393	0,000
Konsep Diri	-0,835	0,138	-0,494	-6,046	0,000

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 16.0 Tahun 2021

$$Y = 35,794 + 0,666X_1 - 0,835X_2 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 35,794 artinya apabila kelas sosial dan konsep diri nilainya tetap maka perilaku konsumtif sebesar 35,794.

- 2) Nilai konstanta ( $b_1$ ) sebesar 0,666 menunjukkan bahwa, nilai ( $b_1$ ) yang positif maka ada pengaruh yang searah antara variabel kelas sosial ( $X_1$ ) terhadap variabel perilaku konsumtif ( $Y$ ). Jika kelas sosial meningkat maka perilaku konsumtif menjadi meningkat. Nilai  $b_1$  sebesar 0,666 artinya jika kelas sosial dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat, maka perilaku konsumen naik sebesar 0,351.
- 3) Nilai konstanta ( $b_2$ ) sebesar -0,835 menunjukkan bahwa, nilai ( $b_2$ ) negatif jika nilai konsep diri ( $X_2$ ) dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat maka perilaku konsumtif ( $Y$ ) akan turun sebesar 0,835.

#### D. Hasil pengujian Hipotesis

##### 1. Uji t

Uji t merupakan pengujian koefisien regresi parsial individual yang dipergunakan untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap variabel Y secara parsial. Hasil pengujian regresi parsial individual dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji t**

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

Constant	35,794	5,464		6,551	0,000
Kelas Sosial	0,666	0,152	0,359	4,393	0,000
Konsep Diri	-0,835	0,138	-0,494	-6,046	0,000

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 16.0 Tahun 2021

Dari Tabel 4.12 hasil uji t dijelaskan sebagai berikut:

a. Variabel Kelas Sosial ( $X_1$ ) terhadap Perilaku Konsumtif ( $Y$ )

Hasil dari Tabel 4.12 dapat dilihat dari  $t_{hitung}$  variabel kelas sosial sebesar  $4,393 > 1,985$  ( $t_{tabel}$ ). Dan untuk nilai signifikan pada variabel kelas sosial sebesar  $0,000 < 0,05$ , artinya  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel promosi mempunyai pengaruh dan signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif.

b. Variabel Konsep Diri ( $X_2$ ) terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil dari tabel diatas dapat dilihat dari  $t_{hitung}$  variabel konsep diri sebesar  $-6,046 > 1,985$  ( $t_{tabel}$ ). Dan untuk nilai signifikan pada variabel konsep diri sebesar  $0,000 < 0,05$ , artinya  $H_0$  ditolak  $H_2$  diterima, namun nilai  $t_{hitung}$   $-6,046$  maka dapat dikatakan variabel konsep diri tersebut berpengaruh negatif dan signifikan.

## 2. Uji F

Uji F merupakan pengujian signifikan persamaan yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen ( $X_1$  dan  $X_2$ ) secara bersama-sama terhadap variabel dependen ( $Y$ ), hasil uji f dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji F**

Model	<i>Sum of Square</i>	Df	<i>Mean Square</i>	F	Sig.
<i>Regression</i>	2208,214	2	1104,107	61,286	0,000 <sup>a</sup>
<i>Residual</i>	1675,443	93	18,016		
Total	3883656	95			

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 16.0 Tahun 2021

Berdasarkan data Tabel 4.13 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000. Sedangkan  $F_{hitung}$  dalam tabel di atas sebesar 61,286. Sementara itu  $F_{tabel}$  sebesar 3,09 diperoleh dari  $F_{tabel} = f(2), (93), (0,05)$ . Sehingga  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $61,286 > 3,09$ . Sehingga  $H_3$  diterima artinya kelas sosial dan konsep diri secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

### 3. Koefisien Determinasi (R)

Koefisiensi Determinasi (*R Square*) digunakan untuk mengetahui prosentase perubahan variabel Y yang disebabkan oleh variabel X. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Koefisien Determinasi (R Square)**

Model	R	R Square	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	0,754 <sup>a</sup>	0,569	0,559	4,244

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 16.0 Tahun 2021

Dari hasil Tabel 4.14 dapat diketahui bahwa nilai R yang diperoleh nilai sebesar 0,754 menunjukkan bahwa hubungan antara  $X_1$  (kelas sosial) dan  $X_2$  (konsep diri) terhadap Y (perilaku konsumtif) tergolong cukup kuat. Nilai  $R^2$  yang diperoleh sebesar 0,569 memiliki arti bahwa pengaruh  $X_1$  (kelas sosial) dan  $X_2$  (konsep diri) terhadap Y (perilaku konsumtif) adalah sebesar 0,569 atau 56,9% dan sisanya 43,1% dipengaruhi oleh faktor lain selain kelas sosial dan konsep diri, yang tidak masuk dalam model.

## **E. Pembahasan**

### **1. Pengaruh Kelas Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Pengguna Shopee Di Ponorogo**

Dari hasil uji regresi linier diperoleh variabel kelas sosial ( $X_1$ )  $t_{hitung}$  sebesar  $4,393 > t_{tabel} 1,985$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa kelas sosial memberi pengaruh yang positif dan menarik perilaku konsumtif oleh remaja di Ponorogo. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi kelas sosial dalam diri remaja maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtif remaja tersebut.

Disamping itu juga dengan adanya nilai koefisien (R) sebesar 0,632 atau 63,2% yang berarti menunjukkan adanya korelasi yang kuat dari hubungan kelas sosial ( $X_1$ ) dengan tingkat perilaku konsumtif (Y). Adapun nilai koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) yang dihasilkan sebesar 0,399 atau 39,9% yang menunjukkan bahwa kelas sosial ( $X_1$ ) terhadap perilaku konsumtif (Y) adalah sebesar 39,9%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa kelas sosial secara parsial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif oleh remaja pengguna Shopee di Ponorogo. Diterima.

Hasil penelitian ini relevan dengan teori yang diungkapkan oleh Engel, Blackwell, dan Miniard mengemukakan pendapat Gilbert dan Kahl yang menyebutkan bahwa ada Sembilan variabel yang menentukan kelas sosial seseorang. Dari Sembilan variabel tersebut menyatakan adanya sosialisasi dan mobilitas sehingga para remaja ikut menyeimbangkan segala aktivitas dengan berperilaku konsumtif. Hal tersebut membuat remaja merasa dirinya memiliki prestis yang dapat diakui oleh kelompoknya. Dimana semakin tinggi kelas sosial seorang remaja maka akan meningkatkan pembelian. Tingginya pembelian yang dilakukan oleh konsumen merupakan salah satu ciri dari perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulia Primadani I dan Meita Santi Budiani, bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kelas sosial terhadap perilaku konsumtif para remaja SMA Tri Murti Surabaya.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Yuli Primadani I dan Meita Santi Budiani, "Hubungan Antara Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di SMA Trimurti Surabaya," *Jurnal, Character*, Vol 3 No. 2, (2014), 2.



## **2. Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Pengguna Shopee Di Ponorogo**

Dari hasil uji regresi linier diperoleh variabel konsep diri ( $X_2$ )  $t_{hitung}$  sebesar  $-6,046 > t_{tabel} 1,985$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , namun nilai koefisien regresinya sebesar  $-6,046$  yang menunjukkan bahwa konsep diri memiliki arah pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif remaja di Ponorogo. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi konsep diri maka semakin rendah perilaku konsumtif remaja, begitu pula sebaliknya semakin rendah konsep diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif remaja.

Disamping itu juga dengan adanya nilai koefisien (R) sebesar  $0,692$  atau  $69,2\%$  yang berarti menunjukkan adanya korelasi yang kuat dari hubungan konsep diri ( $X_2$ ) dengan tingkat perilaku konsumtif (Y). Adapun nilai koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) yang dihasilkan sebesar  $0,479$  atau  $47,9\%$  yang menunjukkan bahwa konsep diri ( $X_2$ ) terhadap perilaku konsumtif (Y) adalah sebesar  $47,9\%$ .

Jadi dapat disimpulkan bahwa konsep diri secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif oleh remaja pengguna Shopee di Ponorogo. Diterima.

Hasil penelitian ini relevan dengan teori menurut Kotler, menyatakan bahwa konsep diri menghadirkan gagasan bahwa identitas mereka ditujukan dan dicerminkan oleh kepribadiannya, yaitu kami adalah apa

yang kami miliki, sehingga konsep diri juga memiliki peluang yang besar untuk mempengaruhi seseorang dalam berperilaku konsumtif.<sup>9</sup> Salah satu faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah konsep diri. Konsep diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif para remaja sebab cakupan dari konsep diri yang meliputi pandangan seseorang terhadap dirinya akan tercermin dari keseluruhan perilakunya. Ketika seorang remaja merasa percaya diri, maka tidak akan merasa perlu adanya sesuatu yang harus dirubah untuk setara atau sama dengan lingkungannya yang dapat mengarahkan pada perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fauziah Zahrawati dan Nahiyah Jaidi Faraz, bahwa terdapat pengaruh signifikan yang negatif antara konsep diri terhadap perilaku konsumtif.

### **3. Pengaruh Kelas Sosial Dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Pengguna Shopee Di Ponorogo**

Keterkaitan kedua variabel kelas sosial dan konsep diri memberi pengaruh yang signifikan pada perilaku konsumtif remaja pengguna Shopee di Ponorogo dengan nilai  $f_{hitung}$  sebesar  $61,286 > f_{tabel}$  sebesar  $3,09$   $f_{hitung}$  yang lebih besar dari pada  $f_{tabel}$  menunjukkan bahwa pengaruh kedua variabel  $0,754$  yaitu kelas sosial dan konsep diri tersebut secara bersama-

---

<sup>9</sup> Fauziyah Zahrawati dan Nahiyah Jaidi Faraz, "Pengaruh Kultur Sekolah Konsep Diri Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa," *Jurnal Pendidikan IPS*, Vol 4 No. 2 (2017), 132.

sama simultan dan signifikan. Ketika kondisi seseorang memungkinkan untuk memperoleh pengaruh dari kedua variabel tersebut maka kedua variabel tersebut bisa secara bersama-sama memberikan pengaruh yang kuat terhadap subjek. Selain itu juga didukung dengan adanya nilai koefisien (R) sebesar 0,754 atau 75,4% yang berarti menunjukkan adanya korelasi yang kuat dari hubungan kelas sosial ( $X_1$ ) dan konsep diri ( $X_2$ ) dengan perilaku konsumtif (Y). Adapun nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang dihasilkan sebesar 0,569 atau 56,9% yang menunjukkan bahwa pengaruh kelas sosial ( $X_1$ ) dan konsep diri ( $X_2$ ) terhadap perilaku konsumtif (Y) adalah sebesar 56,9%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pengaruh kelas sosial dan konsep diri secara simultan terhadap perilaku konsumtif pada remaja pengguna Shopee di Ponorogo adalah positif signifikan dengan  $f_{hitung} 61,286 > f_{tabel}$  sebesar 3,09. Sehingga hipotesis untuk rumusan masalah H3 yang berbunyi kelas sosial dan konsep diri secara simultan terhadap perilaku konsumtif pada remaja pengguna Shopee di Ponorogo. Diterima.

Hal ini relevan dengan teori Engel, Blackwell dan Miniard yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi motivasi, kepribadian, konsep diri dan faktor eksternal meliputi kebudayaan, kelas sosial dan keluarga. Pengaruh variabel kelas sosial dan konsep diri terhadap perilaku konsumtif memiliki nilai sebesar 56,9% sedangkan sisanya 43,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan analisa data melalui pembuktian terhadap hipotesis dari permasalahan yang diangkat mengenai yang telah dijelaskan dalam BAB IV, maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Kelas sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada remaja pengguna Shopee Di Ponorogo. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $4,393 > 1,985$  yang bernilai positif dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa kelas sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada remaja pengguna Shopee Di Ponorogo.
2. Konsep diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif para remaja pengguna Shopee Di Ponorogo. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-6,046 > 1,985$  yang bernilai negatif dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa konsep diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada remaja pengguna Shopee Di Ponorogo.
3. Kelas sosial dan konsep diri secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif para remaja pengguna Shopee di Ponorogo. Hal ini dibuktikan

dengan hasil uji F yang memperoleh nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  atau  $61,286 > 3,09$ , dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa kelas sosial dan konsep diri secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada remaja pengguna Shopee di Ponorogo.

## **B. Saran**

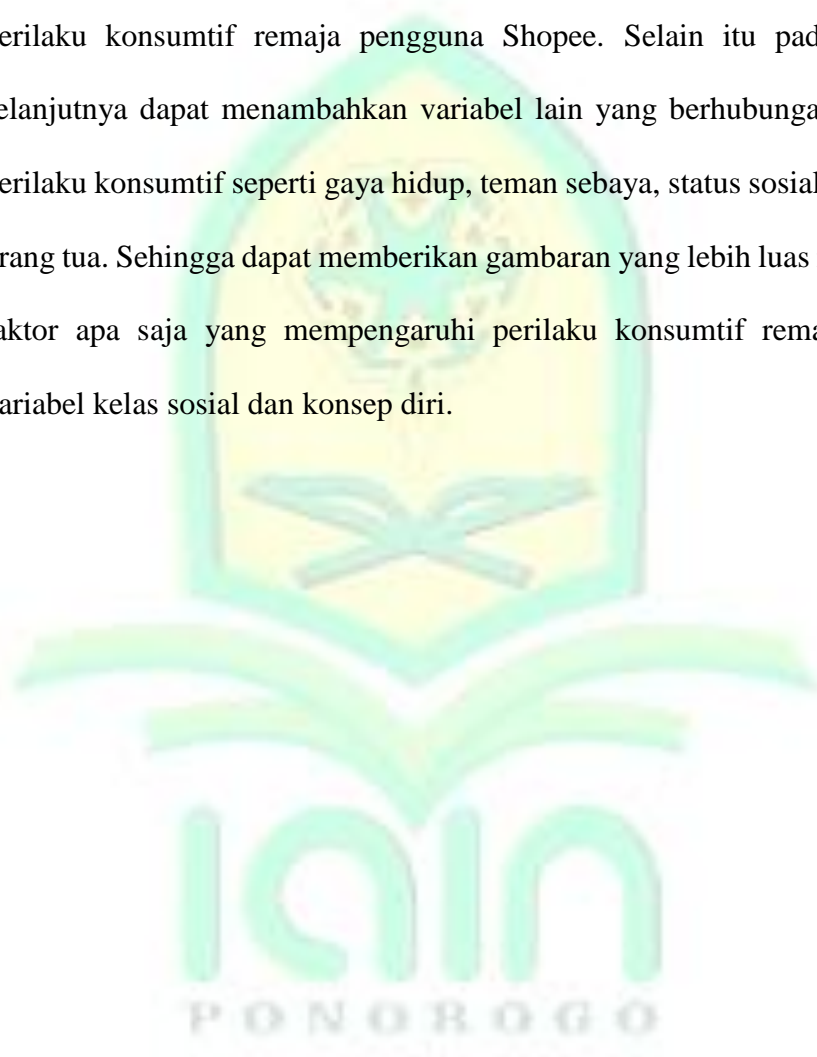
Berdasarkan hasil analisis, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

### **1. Bagi Remaja**

Bagi para remaja pengguna akun Shopee di Ponorogo harus bisa memfilter antara kebutuhan atau hanya keinginannya saja. Apabila kebiasaan konsumtif terus menerus dilakukan maka akan menimbulkan suatu kebiasaan yang tidak baik. Para remaja pengguna akun Shopee di Ponorogo diharapkan juga memiliki konsep diri yang baik, lebih memahami dirinya dan percaya diri akan penampilan drinya serta mensyukuri apa yang dimiliki sehingga tidak mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitar. Remaja hendaknya lebih mampu untuk mengontrol dirinya terhadap suatu barang atau jasa yang dapat digunakan sesuai dengan manfaatnya dan tidak mengonsumsi barang atau jasa apabila tidak memberikan manfaat yang baik.

## 2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti juga mengharapkan ada penelitian selanjutnya dari pihak lain dan hasil penelitian ini dapat digunakan juga sebagai tambahan informasi dalam melakukan penelitian mengenai kelas sosial dan konsep diri terhadap perilaku konsumtif remaja pengguna Shopee. Selain itu pada peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang berhubungan dengan perilaku konsumtif seperti gaya hidup, teman sebaya, status sosial ekonomi orang tua. Sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumtif remaja selain variabel kelas sosial dan konsep diri.



## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU:

- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Carsel, Syamsuri. *Metodologi Penelitian Kesehatan dan Pendidikan*. Yogyakarta: Penebar Media Pustaka, 2018.
- Darmawan, Deni. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2014.
- Engel, dkk. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara, 1995.
- Febriani, Nufian S dan Wayan Weda Asmara Dewi. *Perilaku Konsumen Di Era Digital (Beserta Studi Kasus)*. Malang: UB Press, 2019.
- Fitrah, Muh. dan Luthfiyah. *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak, 2017.
- Hadi, Sutrisno. *Analisis Butir Untuk Instrumen Angket, Tes dan Skala Nilai*. Yogyakarta: FP UGM, 1991.
- Heriyanto, Muh. *Who Are You Volume 1 Dari I'm A Day A Dreamer & A Night Thinker*. Jakarta: Moeh Media Digital, 2020.
- Hurlock B. *Psikologi Perkembangan Anak Jilid 2*. Jakarta: Erlangga, 2005.
- Irawan, Farid Irawan dan Wijaya, *Pemasaran Prinsip dan Kasus, Edisi 2* Yogyakarta: BPFE, 2000.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- M, Elly. Setiadi dan Usman Kolip. *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi dan Pemecahannya*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Margono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Muhidin, Sambas Ali dan Maman Abdurahman. *Analisi Korelasi, Regresi dan Jalur dalam Penelitian*. Bandung : Pustaka Setia, 2011.

- Riduwan. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Rohmad. *Pengantar Statistika*. Yogyakarta: Kalmedia, 2016.
- Santrock, John W. *Adolescence: Perkembangan Remaja Edisi Ke-6*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2003.
- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Sekaran, Uma. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 2017.
- Silalahi, Ulber. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : PT Revika Aditama, 2012.
- Situmorang, Safrizal Helmi. *Analisis Data Untuk Riset dan Manajemen*. Medan: USU, 2010.
- Somantri, Ating dan Sambas Ali Muhidin. *Aplikasi Statistik dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia, 2011.
- Storey, John. *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta: Jalasutra, 2006.
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2016.
- Sudjana. *Metode Statistika Edisi Ke 6*. Bandung: Tarsito, 2005.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Suharsaputra, Uhar. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Tindakan*. Bandung: PT Refika Aditama, 2014.
- Sujarweni, V Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019.
- Sumartono. *Teropong Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta, 2002.
- Sunyoto, Danang. *Metodologi Penelitian Ekonomi: Alat Statistik dan Analisis Output Komputer*. Yogyakarta: CAPS, 2011.



Susetyo, Budi. 4 *Statistika Untuk Analisis Data Penelitian Dilengkapi Cara Perhitungan dengan SPSS Dan MS. Office Excel*. Bandung : Refika Aditama, 2010.

Taniredja, Tukiran dan Hidayati Mustafidah. *Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, 2014.

Widoyoko, Eko Putro. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017.

Widoyoko, Eko Putro. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.

Wijaya, Tony. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Universitas Atmajaya, 2009.

#### **SKRIPSI:**

Agustina, Elvira. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Phy Shop Di Desa Bae Bendo Kecamatan Bae Kabupaten Kudus),” *Skripsi*, Kudus: IAIN Kudus, 2019.

Astuti, Ratna Dwi. “Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsep Diri Siswa Sekolah Dasar Negeri Mendungan 1 Yogyakarta,” *Skripsi*, Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2014.

Aziz, Muhammad Abdul. “Perilaku Konsumtif Santri Pondok Pesantren Pabelan Magelang Jawa Tengah,” *Skripsi*, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2016.

Fathoni, Syaiful Anwar. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Angkatan 2016 Universitas Muhammadiyah Surakarta,” *Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2021.

Gunarsih, Frida Dwi. “Hubungan Interaksi Sosial, Konsep Diri, Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Prestasi Belajar Matematika Siswa Kelas VIII SMP Negeri Se-Kecamatan Pituruh Tahun Pelajaran 2015/2016,” *Skripsi*, Purworejo: Universitas Muhammadiyah Purworejo, 2016.

Hidayanti, dkk. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Konsep Diri Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif,” dalam *Multikulturalisme Dalam Bingkai Ke-Indonesiaan Kontemporer*, ed. Semarang: FPIPSKR Universitas PGRI Semarang, 2019.

Mafaza, Indy. "Pengaruh Konsep Diri Dan Pengguna Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang)," *Skripsi* (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2020).

## **JURNAL**

Anggraini, Elly dan Khasan Setiaji. " *Jurnal*, Economic Education Analysis Journal, Vol 7, No. 1, 2018.

Gumulya, Jessica dan Mariyana Widiastuti. "Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul," *Jurnal Psikologi*, Vol 11 No. 1, 2013.

Primadini I, Yuli dan Meita Santi Budiani. "Hubungan Antara Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di SMA Trimurti Surabaya," *Jurnal*, Character, Vol 3 No. 2, 2014.

Triwijayati, Anna dan Deviga Bayu Pradipta. "Kelas Sosial VS Pendapatan Eksplorasi Faktor Penentu Pembelian Consumer Goods dan Jasa," *Jurnal*, Ekonomi, Vol XXIII No. 2, 2018.

Zahrawati, Fauziah dan Nahiyah Jaidi Faraz. "Pengaruh Kultur Sekolah Konsep Diri Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa," *Jurnal Pendidikan IPS*, Vol 4 No. 2, 2017.

## **INTERNET:**

<https://shopee.co.id/Logo-Shopee-i.12209564.9931247828>, (diakses pada tanggal 1 Oktober 2021, pukul 11.30).

Kompas.com, <https://money.kompas.com/read/2020/11/09/213534626/pengguna-internet-indonesia-hingga-kuartal-ii-2020-capai-1967-juta-orang>. (diakses pada tanggal 21 Maret 2021, pukul 10.00).

Shopee Karir, <https://careers.shopee.co.id/about/>. (diakses pada tanggal 23 Agustus 2021, pukul 11.30).

Kominfo, <https://ponorogo.go.id/2020/04/30/volume-paket-pos-di-ponorogo-naik-signifikan-karena-covid-19/> . (diakses pada tanggal 21 September 2021, pukul 21.00).

## **WAWANCARA:**

Sundang Martia Ines, *Wawancara*, 21 Maret 2021.

Sanas Arifal, *Wawancara*, 21 Maret 2021.

Rosa Damayanti, *Wawancara*, 20 Maret 2021.

Kiky Yunita Sari, *Wawancara*, 20 Maret 2021.

