

## Pengaruh Gaya Hidup, Kelompok Teman Sebaya, dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumsi

Iskandar<sup>1</sup>, Rahmayanti<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Pendidikan Ekonomi Pascasarjana, Universitas Kuningan, Kuningan, Indonesia

<sup>2</sup>Pendidikan Ekonomi Pascasarjana, Universitas Kuningan, Kuningan, Indonesia

E-mail: iskandar@uniku.ac.id, E-mail: rahmayanti74@gmail.com

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, kelompok teman sebaya, dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi siswa kelas XI SMA Negeri 2 Cirebon. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik analisis data yang digunakan adalah metode analisis jalur (*path analysis*), model *path analysis* digunakan untuk menganalisis pola hubungan antara variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, gaya hidup berpengaruh positif terhadap literasi ekonomi, kelompok teman sebaya berpengaruh positif terhadap literasi ekonomi, gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi siswa, teman sebaya berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi siswa, dan literasi ekonomi berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi siswa. Pada model siklus I koefisien determinasi,  $R^2 = 0,938$  atau 93,8%. Pada model siklus II koefisien determinasi,  $R^2 = 0,655$  atau 65,5%. Dengan demikian, gaya hidup mempunyai pengaruh parsial yang tinggi terhadap literasi ekonomi dan mempunyai pengaruh yang rendah terhadap perilaku konsumsi.

**Kata Kunci:** gaya hidup; kelompok teman sebaya; literasi ekonomi; perilaku konsumsi.

### 1. PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk ekonomi (*homo economicus*) adalah manusia yang selalu ingin memenuhi kebutuhan hidupnya yang bersifat rasional dan tidak pernah puas, seperti yang diungkapkan oleh Smith (1976) dalam bukunya yang berjudul "*An Inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*," yaitu Manusia merupakan makhluk ekonomi (*homo economicus*) yang cenderung tidak pernah merasa puas dengan apa yang diperolehnya dan selalu berusaha secara terus menerus dalam memenuhi kebutuhannya (*self interest*).

Sebagai makhluk ekonomi sudah seharusnya manusia selalu bertindak rasional artinya selalu memperhitungkan sebab akibat (untung-rugi) dalam mengambil suatu keputusan dalam rangka memenuhi kebutuhannya sehingga tidak merugikan diri sendiri. Namun dalam memenuhi kebutuhannya manusia dihadapkan pada masalah ekonomi yang berlaku sebagai akibat adanya ketidak-seimbangan antara kebutuhan manusia yang tidak terbatas dengan alat pemenuh kebutuhan yang jumlahnya terbatas atau yang disebut sebagai adanya kelangkaan. Banks (dalam Budiwati, 2014) mengemukakan esensi konsep kelangkaan adalah bahwa keinginan manusia tidak terbatas, namun jumlah sumber-sumber daya dalam suatu masyarakat terbatas. Permasalahan inilah yang menjadi penghalang manusia dalam mencapai tujuan hidupnya.

Selain itu, manusia biasanya lebih cenderung menghabiskan uang untuk memenuhi keinginannya daripada kebutuhannya. Hal ini disebabkan karena adanya beberapa faktor, salah satunya adalah gaya hidup. Seperti yang dijelaskan oleh Hawkins dalam Setiadi (2002), gaya hidup adalah pola hidup yang berhubungan dengan uang dan waktu yang dilaksanakan oleh seseorang dan berhubungan dengan keputusan. Penelitian ini tidak hanya fokus pada pengaruh gaya hidup saja, tapi juga dengan beberapa faktor lain seperti kelompok teman dan ekonomi literasi. Ini sesuai dengan rumusan masalah yaitu: 1) Bagaimana gambaran pengaruh gaya hidup, teman sebaya, dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi siswa kelas XI SMA Negeri 2 Kota Cirebon? 2) Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap literasi ekonomi siswa kelas XI SMA Negeri 2 Kota Cirebon? 3) Bagaimana pengaruh kelompok teman sebaya terhadap literasi ekonomi siswa kelas XI SMA Negeri 2 Kota Cirebon? 4) Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi siswa kelas XI SMA Negeri 2 Kota Cirebon? 5) Bagaimana pengaruh kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumsi siswa kelas XI SMA Negeri 2 Kota Cirebon? dan 6) Bagaimana pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi siswa kelas XI SMA Negeri 2 Kota Cirebon?

Adapun tujuan dari penelitian ini, antara lain: 1) Mengetahui gambaran pengaruh gaya hidup, teman sebaya, dan literasi ekonomi terhadap perilaku

konsumsi siswa kelas XI SMA Negeri 2 Kota Cirebon; 2) Mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap literasi ekonomi siswa kelas XI SMA Negeri 2 Kota Cirebon; 3) Mengetahui pengaruh kelompok teman sebaya terhadap literasi ekonomi siswa kelas XI SMA Negeri 2 Kota Cirebon; 4) Mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi siswa kelas XI SMA Negeri 2 Kota Cirebon; 5) Mengetahui pengaruh kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumsi siswa kelas XI SMA Negeri 2 Kota Cirebon; dan 6) Mengetahui pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi siswa kelas XI SMA Negeri 2 Kota Cirebon.

## 2. KERANGKA PENELITIAN & HIPOTESIS

Manusia terkadang tidak menyadari keterbatasan pendapatan yang dimilikinya sehingga berakibat pola konsumsi manusia tidak rasional, dikarenakan perilaku konsumsi manusia tidak didasarkan pada pertimbangan yang matang, melainkan atas dasar keinginan dan kesenangan semata (motivasi hedonis). Perkembangan dan kemajuan jaman telah membawa dampak terhadap perkembangan sarana

dan prasarana untuk berbelanja, hal ini dapat diwujudkan semakin maraknya minimarket, supermarket, mall, butik, distro, kafe, serta pusat perbelanjaan lainnya seperti yang sekarang ini semakin menjamur keberadaannya. Masyarakat semakin dimanjakan dalam hal pemenuhan kebutuhan hidupnya, sehingga mengarah kepada tindakan konsumsi yang berlebihan atau yang disebut dengan gaya hidup konsumtif.

Sebuah fakta yang didapat melalui jajak pendapat yang dilakukan oleh Kasali (Budiwati, 2010) yang menemukan bahwa mall adalah tempat nongkrong yang paling populer untuk mengisi waktu luang remaja (30,8%), sedangkan jajan merupakan prioritas pertama pengeluaran remaja (49,4%), setelah itu membeli alat sekolah (19,5%), jalan-jalan atau hura-hura (9,8%), membeli kaset (2,3%), membeli aksesoris mobil (0,6%), dan ada pula yang tidak menjawab sebanyak (0,4%). Hasil jajak pendapat tersebut menunjukkan bahwa remaja saat ini lebih berorientasi pada gaya hidup hedonis.

Seperti halnya siswa SMA Negeri 2 Kota Cirebon yang mengalokasikan pengeluarannya pada hal-hal serupa, seperti tersaji dalam Tabel 1:

Tabel 1. Persentase Alokasi Pengeluaran Siswa

Pengeluaran	Jumlah Siswa	Persentase (%)
Makan/Jajan	35	36,46
Belanja/Jalan-jalan	27	28,13
Pulsa/ Kuota	20	20,83
Sekolah	14	14,58
Total	96	100

Sumber: Angket pra-penelitian (data diolah)

Dari Tabel 1 menunjukkan bahwa alokasi penggunaan uang saku siswa kelas XI di SMA Negeri 2 Kota Cirebon adalah untuk makan/jajan (36,46%), belanja/jalan-jalan (28,13%), pulsa/kuota (20,83%), dan sekolah (14,58%). Jadi pengeluaran terbesar dari penggunaan uang saku adalah untuk makan/jajan 36,46% dan belanja/jalan-jalan 28,13%, sedangkan untuk keperluan sekolah hanya sebagian kecil anggaran, sehingga terlihat bahwa siswa SMA Negeri 2 Kota Cirebon tidak menggunakan skala prioritas dalam melakukan konsumsi. Apalagi lokasi SMA Negeri 2 kota Cirebon yang sangat berdekatan dengan beberapa pusat perbelanjaan atau mall sehingga siswa dapat dengan mudah untuk belanja/jalan-jalan ke pusat perbelanjaan tersebut.

Berdasarkan fenomena tersebut akibatnya perilaku konsumsi remaja sekarang umumnya dipengaruhi perilaku konsumtif, yaitu perilaku seorang konsumen dimana timbulnya keinginan untuk membeli barang-barang yang kurang dibutuhkan untuk memenuhi kepuasan pribadi.

Perilaku konsumtif masyarakat modern sekarang ini lebih condong ke dalam emosional motif, konsumsi digunakan untuk membentuk identitas diri yang pada akhirnya membentuk suatu gaya hidup pada kelompok status tertentu. Perilaku konsumtif tercermin dalam perilaku konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2008) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi diantaranya yaitu gaya hidup dan kelompok acuan (keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja). Gaya hidup merupakan dasar dari perilaku manusia. Sedangkan, Hawkins dalam Setiadi (2002) mendefinisikan bahwa gaya hidup adalah pola hidup yang berhubungan dengan uang dan waktu yang dilaksanakan oleh seseorang dan berhubungan dengan keputusan. Orang yang sudah mengambil suatu keputusan langkah selanjutnya adalah tindakan. Selama manusia masih hidup, tentu manusia memiliki gaya hidup yang berbeda-beda.

Gaya hidup yang dimiliki oleh seseorang juga dapat menunjukkan tingkat *prestise* yang mereka miliki di mata masyarakat. Gaya hidup yang dimiliki oleh seseorang berkaitan dengan perilaku konsumen

terutama dalam keputusan membeli suatu produk. Keputusan membeli yang dilakukan oleh konsumen dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur, pekerjaan, situasi ekonomi (penghasilan), gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri pembeli. Selain itu, Lamb dan Hair (2001) mengemukakan bahwa faktor budaya, sosial, individu, dan faktor psikologi juga mempengaruhi pengambilan keputusan membeli konsumen.

Banyak faktor yang mempengaruhi gaya hidup yang dimiliki seseorang. Faktor-faktor tersebut adalah faktor lingkungan (keluarga dan teman), tingkat penghasilan, budaya, tingkat pendidikan, dan hobi yang sama. Pergaulan dengan teman sebaya juga ikut berperan dalam perilaku konsumen. Teman sebaya adalah lingkungan kedua setelah keluarga yang berpengaruh bagi kehidupan individu. Hal ini sejalan dengan pendapat Peter dan Olson (dalam Hadija, 2013) yang menyatakan bahwa selain ibu dan ayah, keputusan pembelian pada anak-anak dan orang dewasa keduanya sangat dipengaruhi oleh teman sebaya. Shaffer (2005), mendefinisikan teman sebaya atau *peer group* sebagai kelompok yang lebih memberikan pengaruh dalam memilih cara berpakaian, hobi, perkumpulan (*club*), dan kegiatan-kegiatan sosial lainnya.

Remaja sering dihadapkan pada penerimaan atau penolakan teman sebaya di dalam pergaulan. Untuk menghindari penolakan teman sebaya, maka remaja cenderung mengikuti hal-hal yang sama dengan kelompok sebaya agar diterima dengan baik di dalam kelompok sebaya (Mappiare, 1982), misalnya apabila salah satu teman membeli produk atau barang tertentu, maka teman yang lain juga ikut-ikutan membeli.

Hoyer dan MacInnis (2010) juga menjelaskan bahwa ada kecenderungan bagi seorang individu untuk berperilaku sebagaimana kelompoknya berperilaku yang disebut dengan konformitas. Konformitas terhadap pengaruh teman sebaya dapat berdampak positif dan negatif. Perilaku negatif ini karena para remaja mungkin menyesuaikan diri dengan tujuan menghindari untuk menjadi berbeda dari teman-temannya karena itu akan terlihat aneh, meskipun perilaku yang mereka tiru terkadang beresiko atau tidak sesuai dengan norma dan aturan, misalnya tindakan merokok, minum-minuman keras, dan sebagainya. Menurut temuan Gardner (1983), remaja lebih cenderung ke arah pengambilan keputusan dan perilaku beresiko daripada orang dewasa dan pengaruh teman sebaya memegang peranan penting dalam menjelaskan perilaku beresiko selama masa remaja.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Aprilia, dkk. (2014), penelitian Juliana (2013), dan Kusniawati dan Kurniawan (2016). Faktor

lain yang juga menentukan perilaku konsumsi siswa adalah kelompok referensi. Berdasarkan observasi, kelompok referensi (acuan) memiliki pengaruh yang sangat penting dalam perilaku konsumsi siswa, jika salah satu siswa dalam kelompok persahabatan belanja di kantin maka siswa lain dalam kelompok persahabatan tersebut akan pergi seluruhnya. Selain itu siswa cenderung meminta pertimbangan temannya dalam pemilihan barang atau jasa. Semakin kuat hubungan dalam suatu kelompok, akan berdampak juga pada perilaku konsumsi individu.

Terpengaruh tidaknya individu dengan teman sebaya tergantung pada persepsi individu terhadap kelompoknya, sebab persepsi individu terhadap kelompok sebayanya akan menentukan keputusan yang diambil nantinya. Laursen (2005) menandakan bahwa teman sebaya merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap kehidupan pada masa-masa remaja. Aktivitas pertemanan mereka juga tidak hanya melalui pertemuan secara fisik tetapi juga melalui jejaring sosial media, misalnya melalui *facebook*, *twitter*, *instagram*, *whatsapp*, *line*, dan sebagainya. Melalui jejaring sosial media mereka dapat menjalin pertemanan dan saling berbagi informasi, bahkan transaksi bisnis seperti yang dikenal sebagai bisnis online.

Menurut penelitian Ioanas dan Stoica (2014), jaringan sosial memiliki peran dalam mempengaruhi perilaku konsumen dalam lingkungan virtual, terutama ketika tingkat paparan dari pesan dan hubungan dibuat antara berbagai informasi yang diberikan dan konsumen yang akan membuat keputusan pembelian. Apabila salah satu anggota telah memiliki barang-barang tersebut, mereka sering kali menjadi sumber informasi bagi anggota lainnya.

Dengan mempelajari ilmu ekonomi, diharapkan siswa dapat memiliki pemahaman dan penguasaan terhadap konsep-konsep dasar ekonomi atau yang disebut dengan literasi ekonomi. Literasi ekonomi menurut NCEE, adalah suatu kondisi yang menggambarkan seseorang dapat memahami permasalahan dasar ekonomi secara baik, sehingga dapat melakukan kegiatan ekonomi dengan benar. Jadi literasi ekonomi sebagai salah satu alat indikator kompetensi pengetahuan ekonomi yang mempengaruhi kehidupan di segala bidang.

Oleh sebab itulah masyarakat hendaknya mengerti dan paham tentang ilmu ekonomi (literasi ekonomi). Seperti yang dikatakan oleh Marsh (2009) bahwa sebagai individu, setiap siswa perlu mengembangkan pemahaman dasar tentang prinsip-prinsip ekonomi, dan bagaimana menerapkannya pada tingkat individu, lokal, nasional dan global, bertindak rasional saat membuat keputusan finansial pribadi, mempengaruhi orang lain untuk melakukan hal yang sama, menghargai kompleksitas pembuatan

keputusan ekonomi dan mengerti keputusan ekonomi yang dibuat. Mereka dapat mengelola urusan pribadi karena mampu membuat keputusan yang masuk akal mengenai isu-isu kebijakan publik. Ini memberikan dasar siswa terlibat dengan ekonomi, sosial, masalah lingkungan dan politik dan untuk mempertimbangkan dampak ekonomi pada diri sendiri dan orang lain.

Literasi ekonomi (*economic literacy*) merupakan tolak ukur seberapa jauh seseorang menyadari tentang adanya kekuatan yang sangat berpengaruh terhadap kualitas hidup masyarakat. Salah satu cara untuk dikatakan memiliki tingkat literasi ekonomi yang tinggi adalah dengan belajar tentang ekonomi. Pengertian dan pemahaman akan ilmu ekonomi diperoleh dengan cara belajar. Belajar bisa dimana saja, kapan saja, tidak harus terikat dengan sektor formal (belajar di sekolah) tetapi bisa juga diperoleh dari sektor informal seperti kursus, pelatihan, lingkungan, pergaulan sosial maupun dari orang tua.

Tinggi rendahnya tingkat pemahaman terhadap dasar-dasar ekonomi berarti juga menunjukkan tinggi rendahnya literasi ekonomi. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Yanti, dkk. (2014) yang menemukan bahwa secara parsial penguasaan konsep ekonomi berpengaruh terhadap pola perilaku konsumsi siswa. Jika siswa memiliki pengetahuan dasar ekonomi yang baik, maka perilaku ekonominya akan semakin baik, dengan demikian akan semakin rasional pula pola perilaku konsumsinya, misalnya dalam membelanjakan uang saku siswa sehari-hari. Menurut Mathews (1999), bahwa manfaat mempelajari literasi ekonomi yakni antara lain menjadi penabung. Bahkan menurut pendapat Sina (2012) bahwa akibat dari pemahaman literasi ekonomi yang tidak memadai akan tampak dari bagaimana seseorang mengalami kesalahan ketika membuat keputusan pembelanjaan, fenomena lain masih menurutnya adalah rendahnya spirit masyarakat Indonesia untuk menabung dan kebiasaan belanja yang berlebihan sehingga sulit untuk menjadi konsumen yang cerdas.

Menurut Gerlach & Ely (dalam Arsyad, 2012), pendidikan suatu proses yang mengakibatkan terjadinya perubahan-perubahan dalam bertingkah laku. Dengan kata lain, orang yang dianggap belajar adalah orang yang menunjukkan perubahan tingkah laku dalam hidupnya, yaitu mengambil keputusan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan yang dianggap masuk akal atau memiliki kecakapan hidup sesuai dengan kaidah-kaidah kehidupan yang diperolehnya di dunia pendidikan. Generasi baru memiliki sikap hidup dalam menghadapi kehidupan masa kini dalam proses perubahan dan pembaharuan.

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu pengetahuan dan pengembangan ilmu pengetahuan, serta memberikan sumbangan pemikiran dan pengetahuan mengenai pengaruh gaya hidup, teman sebaya, dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi siswa. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran serta informasi mengenai pengaruh gaya hidup, teman sebaya, dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi siswa SMA Negeri 2 Kota Cirebon khususnya dan masyarakat kabupaten Cirebon umumnya. Selain itu juga dapat memberikan masukan kepada pihak sekolah dalam hal ini guru ekonomi untuk dapat meningkatkan literasi ekonomi siswa sebagai *lifetools* untuk masa depan mereka mencapai kesejahteraan yang pada akhirnya mampu meningkatkan pendapatan daerah.

### 3. METODE PENELITIAN

Berdasarkan permasalahan yang diteliti maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey yang bersifat korelasional dan didukung dengan studi kepustakaan. Metode survey menurut Sugiyono (2015:12), yaitu "metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya."

Jenis data penelitian yang dipakai adalah data kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2015:14), yaitu "metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan."

Sugiyono (2010:14) juga menjelaskan bahwa "data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan." Sehingga penelitian ini menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variable-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis dengan prosedur statistik. Penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif-kuantitatif regresional karena bertujuan untuk menemukan pengaruh dua variabel penelitian yaitu variabel independen terhadap variabel dependen.

Populasi untuk penelitian ini adalah siswa Kelas XI SMAN 2 Kota Cirebon sebanyak 411 siswa. Seperti yang diungkapkan oleh Sugiyono (2015:117), "populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya." Karena jumlah populasi yang banyak, maka penulis menggunakan sampel sebagai bagian dari populasi. Sedangkan, penetapan jumlah sampel minimal digunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \text{ Sumber: Umar (2005)}$$

dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = tingkat kesalahan yang bias ditoleransi. (e=0,05)

besarnya sampel yang diambil berdasarkan hasil perhitungan adalah :

$$n = \frac{411}{1+411(0,05)^2}$$

$$n = \frac{411}{1+411(0,0025)}$$

$$n = \frac{411}{1+1,0275}$$

$$n = \frac{411}{2,0275}$$

$$n = 202,71 \text{ (dibulatkan menjadi 203)}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka ditetapkan sampel dalam penelitian ini sebanyak 203 orang. Selain itu, teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampling *proportionate random sampling*. Sedangkan penentuan sampel per kelas digunakan rumus:

$$\frac{\text{jumlah populasi di bagian}}{\text{jumlah seluruh populasi}} \times \text{jumlah sampel}$$

Pengumpulan data dengan teknik tertentu sangat diperlukan dalam analisis anggapan dasar dan hipotesis karena teknik-teknik tersebut dapat

menentukan lancar tidaknya suatu proses penelitian. Pengumpulan data diperlukan untuk menguji anggapan dasar dan hipotesis. Untuk mendapatkan data yang diperlukan, maka teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik komunikasi yaitu cara mengumpulkan data melalui kontak atau hubungan pribadi antara pengumpul data dengan sumber data. Dalam pelaksanaannya, pengumpulan data dilakukan dengan teknik komunikasi tidak langsung yaitu teknik pengumpul data dengan menggunakan angket atau kuesioner sebagai alatnya.

Angket (*kuesioner*) adalah daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai suatu masalah atau bidang yang diteliti (Rianse, 2008). Adapun kuesioner yang digunakan adalah kuesioner berstruktur atau kuesioner tertutup. Menurut Ridwan (2008), angket tertutup adalah angket yang memilih satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya dengan cara memberikan tanda silang (x) atau tanda *checklist* (v). Variabel yang diukur dengan kuesioner adalah variabel gaya hidup ( $X_1$ ), kelompok teman sebaya ( $X_2$ ), literasi ekonomi ( $X_3$ ), dan perilaku konsumsi (Y).

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel didasarkan kepada skor rata-rata jawaban responden terhadap kuesioner. Berikut ini hasil analisis deskripsi variabel dapat dilihat pada Tabel 2:

Tabel 2. Deskriptif Variabel

Variabel	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean
Gaya Hidup ( $X_1$ )	203	20	79	10.586	52,15
Kelompok Teman Sebaya ( $X_2$ )	203	22	93	10.721	52,81
Literasi Ekonomi ( $X_3$ )	203	22	81	11.404	56,18
Perilaku Konsumsi (Y)	203	19	72	9.840	48,47

Berdasarkan Tabel 2, diketahui bahwa jumlah skor variabel gaya hidup (variabel  $X_1$ ) adalah sebesar 10586,00 jumlah N sebanyak 203 siswa, banyaknya bulir kuesioner untuk variabel gaya hidup adalah sebanyak 18 bulir item dan responden sebanyak 203 siswa, maka diperoleh nilai ideal sebesar  $18 \times 5 \times 203 = 18.270$ . Dengan demikian besarnya nilai variabel Gaya Hidup adalah  $(10.586/18.270) \times 100\% = 57,94\%$ , dengan rata-rata skor sebesar 52,15 (mean). Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup (variabel  $X_1$ ) siswa kelas XI SMA Negeri 2 Kota Cirebon berada di dalam kategori sedang.

Jumlah skor variabel teman sebaya (variabel  $X_2$ ) adalah sebesar 10721,00, banyaknya butir kuesioner

untuk variabel Teman Sebaya adalah sebanyak 19 butir item dan responden sebanyak 203 siswa, maka diperoleh nilai ideal sebesar  $19 \times 5 \times 203 = 19.285$ . Dengan demikian besarnya nilai variabel Teman Sebaya adalah  $(10.721/19.285) \times 100\% = 55,59\%$ ; dengan rata-rata skor sebesar 52,81 (mean). Hal ini menunjukkan bahwa teman sebaya (variabel  $X_2$ ) siswa kelas XI SMA Negeri 2 Kota Cirebon berada di dalam kategori sedang.

Jumlah skor variabel literasi ekonomi (variabel  $X_3$ ) adalah sebesar 11404,00 dengan jumlahn siswa sebanyak 203 siswa, Dengan demikian besarnya nilai variabel literasi ekonomi adalah  $(11404/203) \times 100\% = 56,18\%$ ; dengan rata-rata skor sebesar 56,18

(mean). Hal ini menunjukkan bahwa literasi ekonomi (variabel X<sub>3</sub>) siswa kelas XI SMA Negeri 2 Cirebon berada di dalam kategori sedang.

Sedangkan, jumlah skor variabel perilaku konsumsi (variabel Y) adalah sebesar 9840,00 banyaknya butir kuesioner untuk variabel Perilaku Konsumsi adalah sebanyak 18 butir item dan responden sebanyak 203 siswa, maka diperoleh nilai ideal sebesar  $18 \times 5 \times 203 = 18.270$ . Dengan demikian besarnya nilai variabel Perilaku Konsumsi adalah  $(9840/18270) \times 100\% = 53,86\%$ ; dengan rata-rata skor sebesar 48,47 (mean). Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi (variabel Y) siswa kelas XI SMA

Negeri 2 Kota Cirebon berada di dalam kategori sedang.

**Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data dari masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Dalam pengujian normalitas ini akan digunakan uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Adapun perhitungan uji normalitas pada penelitian ini akan menggunakan bantuan program IBM SPSS Statistics 23, yang hasilnya dapat dilihat pada Tabel 3:

Tabel 3. Hasil uji normalitas

	Gaya Hidup (X <sub>1</sub> )	Teman Sebaya (X <sub>2</sub> )	Literasi Ekonomi (X <sub>3</sub> )	Perilaku Konsumsi (Y)
Kolmogorov-Smirnov Z	,951	,983	,954	1,009
Asymp. Sig. (2-tailed)	,110	,289	,323	,261

a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.

Berdasarkan Tabel 3, pada kolom variabel gaya hidup (variabel X<sub>1</sub>) diperoleh nilai Kolmogorov-Smirnov Z sebesar 0,951 dengan probabilitas (Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,110. Persyaratan data disebut normal jika nilai probabilitas atau  $p > 0,05$ . Dikarenakan nilai  $p > 0,05$  atau  $0,110 > 0,05$ , maka data variabel X<sub>1</sub> (gaya hidup) pada 203 sampel adalah normal atau memenuhi prasyarat uji normalitas.

Pada kolom variabel X<sub>2</sub> (teman sebaya) diperoleh nilai Kolmogorov-Smirnov Z sebesar 0,983 dengan probabilitas (Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,289. Persyaratan data disebut normal jika nilai probabilitas atau  $p > 0,05$ . Dikarenakan nilai  $p > 0,05$  atau  $0,289 > 0,05$ , maka data variabel X<sub>2</sub> (teman sebaya) pada 203 sampel adalah normal atau memenuhi prasyarat uji normalitas.

Pada kolom variabel X<sub>3</sub> (literasi ekonomi) diperoleh nilai Kolmogorov-Smirnov Z sebesar 0,954 dengan probabilitas (Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar

0,323. Persyaratan data disebut normal jika nilai probabilitas atau  $p > 0,05$ . Dikarenakan nilai  $p > 0,05$  atau  $0,323 > 0,05$ , maka data variabel X<sub>3</sub> (literasi ekonomi) pada 203 sampel adalah normal atau memenuhi prasyarat uji normalitas.

Pada kolom variabel Y (perilaku konsumsi) diperoleh nilai Kolmogorov-Smirnov Z sebesar 1,009 dengan probabilitas (Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,261. Persyaratan data disebut normal jika nilai probabilitas atau  $p > 0,05$ . Dikarenakan nilai  $p > 0,05$  atau  $0,261 > 0,05$ , maka data variabel Y (perilaku konsumsi) pada 203 sampel adalah normal atau memenuhi prasyarat uji normalitas.

**Uji Autokorelasi**

Hasil perhitungan uji autokorelasi menggunakan program SPSS for Windows Versi 23 terlihat seperti Tabel 4:

Tabel 4. Hasil uji autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	1,788

Berdasarkan Tabel 4 hasil uji autokorelasi berdasarkan perhitungan menggunakan program SPSS for Windows Versi 23, diperoleh nilai DW sebesar 1,788, jika disesuaikan dengan tabel klasifikasi nilai DW, maka nilai tersebut terletak antara 1,55 – 2,46 yang menunjukkan bahwa tidak ada autokorelasi.

**Uji multikolinieritas**

Hasil perhitungan uji multikolinieritas menggunakan program SPSS for Windows Versi 23 terlihat seperti Tabel 5:

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Gaya Hidup ( $X_1$ )	0,957	1,045
Teman Sebaya ( $X_2$ )	0,987	1,013
Literasi Ekonomi ( $X_3$ )	0,969	1,032

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan hasil perhitungan menggunakan program *SPSS for Windows Versi 23*, diperoleh nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) untuk variabel  $X_1$  (gaya hidup) adalah sebesar 1,045, variabel  $X_2$  (teman sebaya) sebesar 1,013 dan variabel  $X_3$  (literasi ekonomi) sebesar 1,032. Nilai-nilai VIF menunjukkan VIF < 10, maka dapat dikatakan tidak terdapat Multikolinieritas.

#### Analisis jalur

Analisis yang digunakan yaitu analisis jalur (*path analysis*) dengan model dan persamaan struktural serta diagram dikomposisi, adapun analisis data yang dilakukan menggunakan bantuan program *SPSS for Windows Versi 23*.

#### Model siklus I

Pengaruh gaya hidup (variabel  $X_1$ ) dan teman sebaya (variabel  $X_2$ ) terhadap literasi ekonomi (variabel  $X_3$ ) dapat dilihat pada **Tabel 6**:

Tabel 6. Hasil Pengujian Koefisien Jalur  $X_1$  dan  $X_2$  Terhadap  $X_3$  Model Siklus I

Variabel	R	R Square	Nilai Uji F (Sig)	Beta	Nilai Uji t (Sig)
Model Siklus I	0,969 <sup>a</sup>	0,938	1521,312 (,000 <sup>b</sup> )	-	-
Gaya Hidup ( $X_1$ )	-	-	-	0,958	52,262 (0,000)
Kelompok Teman Sebaya ( $X_2$ )	-	-	-	0,370	2,00 (0,047)

Besarnya hasil pengujian diperoleh nilai koefisien determinasi  $R^2 = 0,938$ . Berarti bahwa besarnya pengaruh variabel gaya hidup dan teman sebaya terhadap literasi ekonomi sebesar 93,8%. Maka dapat disimpulkan bahwa sebesar 93,8% variabel literasi ekonomi dipengaruhi oleh variabel gaya hidup dan variabel teman sebaya, sedangkan sisanya sebesar 6,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti (selain variabel gaya hidup dan teman sebaya). Selanjutnya untuk mengetahui koefisien error ( $\rho_{X_3 \epsilon_1} = \sqrt{1 - 0,938} = 0,062$ ) sehingga diperoleh nilai  $\rho_{X_3 \epsilon_1} = 0,249$ .

Berdasarkan hasil perhitungan yang ditunjukkan tabel di atas, maka dapat diketahui pengaruh secara parsial atau besarnya koefisien jalur antara antara gaya hidup (variabel  $X_1$ ) dan kelompok teman sebaya (variabel  $X_2$ ) terhadap literasi ekonomi (variabel  $X_3$ ) sebagai berikut:

#### Pengujian Pengaruh Langsung Gaya Hidup Terhadap Literasi Ekonomi

Koefisien jalur gaya hidup ( $X_1$ ) terhadap literasi ekonomi ( $X_3$ ) berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil

pengujian nilai  $t_{hit} = 52,262$ , ( $\rho = 0,000$ ) artinya hasil uji hipotesis signifikan karena nilai propabilitas  $0,000 < 0,05$ , artinya hipotesis 1 : terdapat pengaruh antara gaya hidup terhadap literasi ekonomi gagal ditolak, maka gaya hidup ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap literasi ekonomi ( $X_3$ ), semakin rasional gaya hidup ( $X_1$ ), maka semakin tinggi literasi ekonomi ( $X_3$ ). Besarnya pengaruh gaya hidup ( $X_1$ ) terhadap literasi ekonomi ( $X_3$ ) diperoleh nilai BETA ( $\beta$ ) sebesar 0,958 atau 91,78% yang berarti bahwa, gaya hidup mempunyai pengaruh parsial yang sangat tinggi terhadap literasi ekonomi.

#### Pengujian Pengaruh Langsung Teman Sebaya Terhadap Literasi Ekonomi

Koefisien jalur teman sebaya ( $X_2$ ) terhadap literasi ekonomi ( $X_3$ ) berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil pengujian nilai  $t_{hit} = 2,002$  ( $\rho = 0,047$ ) artinya hasil uji hipotesis signifikan karena nilai propabilitas  $0,047 < 0,05$ , artinya hipotesis 2 : terdapat pengaruh antara teman sebaya terhadap literasi ekonomi gagal ditolak, maka teman sebaya ( $X_2$ ) berpengaruh positif

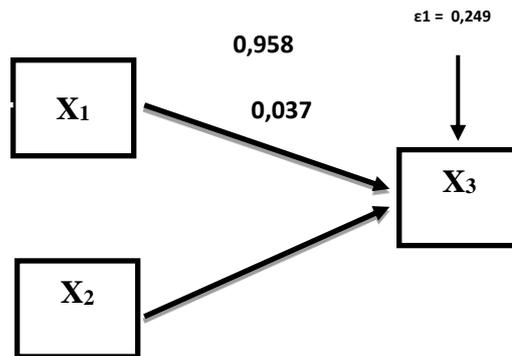
terhadap literasi ekonomi ( $X_3$ ), semakin kondusif lingkungan teman sebaya ( $X_2$ ) maka literasi ekonomi ( $X_3$ ) akan semakin meningkat. Besarnya pengaruh kelompok teman sebaya ( $X_2$ ) terhadap literasi ekonomi ( $X_3$ ) diperoleh nilai BETA ( $\beta$ ) sebesar 0,037 atau 0,13% artinya kelompok teman sebaya berpengaruh secara parsial sangat rendah terhadap literasi ekonomi. Jika nilai  $\rho_{x_3x_1}=0.958$ ,  $\rho_{x_3x_2}=0.037$  dan  $\rho_{x_3\epsilon_1}= 0,249$  disubstitusi ke persamaan struktural, maka dapat diperoleh:

Persamaan Struktural:

$$X_3 = \rho_{x_3x_1}.X_1 + \rho_{x_3x_2}.X_2 + \rho_{x_3\epsilon_1}.\epsilon_1$$

$$X_3 = 0.958.X_1 + 0.037.X_2 + 0.249 \epsilon_1$$

Jika nilai-nilai nilai  $\rho_{x_3x_1}=0.958$ ,  $\rho_{x_3x_2}=0.037$  dan  $\rho_{x_3\epsilon_1}= 0.249$  disubstitusi ke diagram jalur, maka dapat digambarkan seperti Gambar 1 dan hasil analisis  $X_3 = f(X_1; X_2)$  dapat diringkas dalam Tabel 7:



Gambar 1. Diagram jalur  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap  $X_3$  model siklus I

Tabel 7. Rangkuman Hasil Perhitungan Model Siklus I

Pengaruh Variabel	Pengaruh Kausal			Nilai Uji-t (sig)	Nilai Uji-F (sig)
	Langsung	Tidak Langsung	Total		
$X_1$ terhadap $X_3$	0,958	-	0,958	52,262 (0,000)	1521,31 (0,000)
$X_2$ terhadap $X_3$	0,037	-	0,037	2,002 (0,047)	

Berdasarkan hasil perhitungan analisis jalur struktural di atas, dapat diketahui bahwa: 1) Besarnya koefisien jalur gaya hidup terhadap literasi ekonomi adalah 0,958 atau berpengaruh tinggi; 2) Besarnya koefisien jalur teman sebaya terhadap literasi ekonomi adalah 0,37 atau berpengaruh rendah; dan 3) Besarnya pengaruh gaya hidup dan teman sebaya terhadap perilaku konsumsi secara langsung adalah  $R^2_{x_3x_1x_2}=$

0,938 sedangkan sisanya ditentukan oleh faktor lain yang tidak diamati yaitu sebesar 0,062.

**Model Siklus II**

Pengaruh gaya hidup (variabel  $X_1$ ), teman sebaya (variabel  $X_2$ ) dan literasi ekonomi (variabel  $X_3$ ) terhadap perilaku konsumsi (variabel  $Y$ ) dapat dilihat pada Tabel 8:

Tabel 8. Hasil pengujian koefisien jalur  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  terhadap  $Y$  model siklus II

Variabel	R	R Square	Nilai Uji F (Sig)	Beta	Nilai Uji t (Sig)
Model Siklus II	,809 <sup>a</sup>	0,655	125,918 (,000 <sup>b</sup> )	-	-
Gaya Hidup ( $X_1$ )	-	-	-	0,331	1,989 (0,048)
Kelompok Teman Sebaya ( $X_2$ )	-	-	-	0,633	14,433 (0,000)
Literasi Ekonomi ( $X_3$ )	-	-	-	0,653	3,892 (0,000)

Besarnya hasil pengujian di atas pada model summary diperoleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,655. Berarti bahwa besarnya pengaruh variabel gaya hidup ( $X_1$ ), teman sebaya ( $X_2$ ), dan literasi ekonomi ( $X_3$ ) terhadap perilaku konsumsi ( $Y$ ) yaitu sebesar 65,5% dan sisanya 34,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Selanjutnya untuk mengetahui koefisien error ( $\rho_{\epsilon_2}$ ) =  $\sqrt{1-0.655}$  = 0,587. Jadi, pengaruh secara parsial atau besarnya koefisien jalur antara gaya hidup (variabel  $X_1$ ), teman sebaya (variabel  $X_2$ ) dan literasi ekonomi (variabel  $X_3$ ) terhadap perilaku konsumsi (variabel  $Y$ ) sebagai berikut:

**Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi**

Koefisien jalur gaya hidup ( $X_1$ ) terhadap perilaku konsumsi ( $Y$ ) berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil pengujian nilai  $t_{hit} = 1,989$ , ( $\rho = 0,0486$ ) artinya hasil uji hipotesis signifikan karena nilai propabilitas 0,048 < 0,05, artinya hipotesis 3 : terdapat pengaruh antara gaya hidup terhadap perilaku konsumsi gagal ditolak maka, gaya hidup ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi ( $Y$ ), semakin rasional gaya hidup ( $X_1$ ) semakin rasional pula perilaku konsumsi ( $Y$ ). Besarnya pengaruh gaya hidup ( $X_1$ ) terhadap perilaku konsumsi ( $Y$ ) diperoleh nilai BETA ( $\beta$ ) sebesar 0,331 atau 10,96% yang berarti bahwa gaya hidup berpengaruh parsial rendah terhadap perilaku konsumsi.

**Pengaruh kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumsi**

Koefisien jalur teman sebaya ( $X_2$ ) terhadap perilaku konsumsi ( $Y$ ) berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil pengujian nilai  $t_{hit} = 14,433$ , ( $\rho = 0,000$ ) artinya hasil uji hipotesis signifikan karena nilai propabilitas 0,000 < 0,05, artinya hipotesis 4 : terdapat pengaruh antara

teman sebaya terhadap perilaku konsumsi gagal ditolak maka, teman sebaya ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi ( $Y$ ), semakin kondusif pengaruh kelompok teman sebaya ( $X_2$ ) semakin rasional pula perilaku konsumsi ( $Y$ ). Besarnya pengaruh kelompok teman sebaya ( $X_2$ ) terhadap perilaku konsumsi ( $Y$ ) diperoleh nilai BETA ( $\beta$ ) sebesar 0,633 atau sebesar 40,07% yang berarti bahwa kelompok teman sebaya secara parsial berpengaruh sedang terhadap perilaku konsumsi.

**Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi**

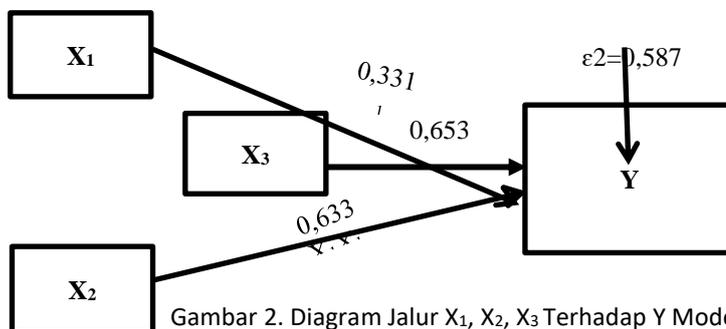
Koefisien jalur literasi ekonomi ( $X_3$ ) terhadap perilaku konsumsi ( $Y$ ) berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil pengujian nilai  $t_{hit} = 3,892$  ( $\rho = 0,000$ ) artinya hasil uji hipotesis signifikan karena nilai propabilitas 0,00 < 0,05, artinya hipotesis 5 : terdapat pengaruh antara literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi gagal ditolak maka, literasi ekonomi ( $X_3$ ) berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi ( $Y$ ), semakin tinggi literasi ekonomi ( $X_3$ ) semakin rasional pula perilaku ekonomi ( $Y$ ). Besarnya pengaruh literasi ekonomi ( $X_3$ ) terhadap perilaku konsumsi ( $Y$ ) diperoleh nilai BETA ( $\beta$ ) sebesar 0,653 atau sebesar 42,648% yang berarti bahwa literasi ekonomi secara parsial berpengaruh sedang terhadap perilaku konsumsi.

Berdasarkan proposisi diatas maka gaya hidup ( $X_1$ ), teman sebaya ( $X_2$ ) dan literasi ekonomi ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh positif terhadap perilaku konsumsi ( $Y$ ). Adapun persamaan strukturalnya adalah:

$$Y = \rho_{YX_1}X_1 + \rho_{YX_2}X_2 + \rho_{YX_3}X_3 + \rho_{Y\epsilon_2} \epsilon_2$$

$$Y = 0,331 X_1 + 0,633X_2 + 0,653X_3 + 0,587\epsilon_2$$

Dari hasil analisis perhitungan di atas, dapat digambarkan seperti **Gambar 2** dan hasil analisis  $Y = f(X_1; X_2; X_3)$  dapat diringkas pada **Tabel 9**:



Gambar 2. Diagram Jalur  $X_1, X_2, X_3$  Terhadap  $Y$  Model Siklus II

Tabel 9. Rangkuman Hasil Perhitungan Model Siklus II

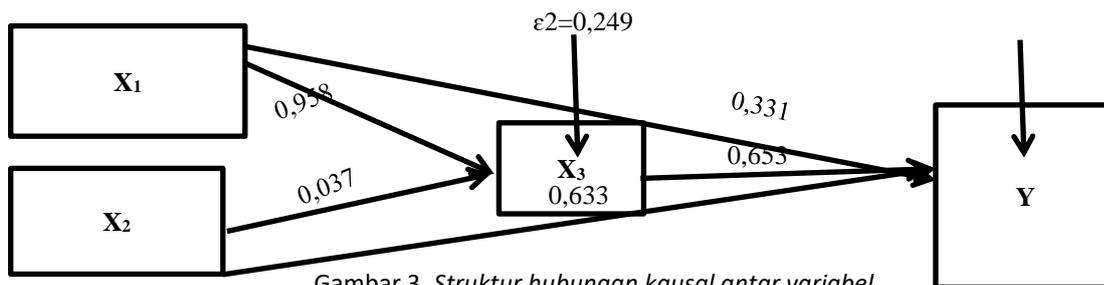
Pengaruh Kausal	Nilai Uji-t	Nilai Uji-F
-----------------	-------------	-------------

Pengaruh Antar Variabel	Langsung	Tidak Langsung (Melalui X <sub>3</sub> )	Total	(sig)	(sig)
X <sub>1</sub> terhadap Y	0,331	0,216 (0,331 X 0,653)	0,547	1,989	
X <sub>2</sub> terhadap Y	0,633	0,413 (0,633 X 0,653)	1,046	14,433	125,918 (0,000)
X <sub>3</sub> terhadap Y	0,653	-	0,653	3,892	

Berdasarkan hasil perhitungan analisis jalur structural di atas, dapat diketahui bahwa: 1) Besarnya pengaruh langsung gaya hidup terhadap perilaku konsumsi adalah 0,331 atau berpengaruh rendah; 2) Besarnya pengaruh tidak langsung gaya hidup terhadap perilaku konsumsi melalui literasi ekonomi adalah sebesar 0,216 atau berpengaruh rendah; 3) Besarnya pengaruh total gaya hidup terhadap perilaku konsumsi melalui literasi ekonomi adalah 0,547 atau berpengaruh rendah; 4) Besarnya pengaruh langsung teman sebaya terhadap perilaku konsumsi adalah 0,633 atau berpengaruh sedang; 5) Besarnya pengaruh tidak langsung teman sebaya terhadap perilaku konsumsi melalui literasi ekonomi

adalah 0,413 atau berpengaruh sedang; 6) Besarnya pengaruh total teman sebaya terhadap perilaku konsumsi melalui literasi ekonomi adalah 1,046 atau berpengaruh tinggi; 7) Besarnya koefisien jalur literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi secara langsung adalah 0,653 atau berpengaruh sedang; dan 8) Besarnya pengaruh gaya hidup, teman sebaya terhadap perilaku konsumsi secara langsung adalah  $R^2_{yxi} = 0,655$  atau 65,50% sedangkan sisanya ditentukan oleh faktor lain yang tidak diamati yaitu sebesar 0,345 atau 34,5%.

Diagram hubungan kausal empiris dari hasil pengujian selengkapnya dapat digambarkan dalam Gambar 3 dan Tabel 10:



Gambar 3. Struktur hubungan kausal antar variabel

Tabel 10. Rangkuman hasil perhitungan model siklus III

Pengaruh Antar Variabel	Pengaruh Kausal		
	Langsung	Tidak Langsung (Melalui X <sub>3</sub> )	Total
X <sub>1</sub> terhadap X <sub>3</sub>	0,958	-	0,958
X <sub>2</sub> terhadap X <sub>3</sub>	0,037	-	0,037
X <sub>1</sub> terhadap Y	0,331	0,216 (0,331 X 0,653)	0,547
X <sub>2</sub> terhadap Y	0,633	0,413 (0,633 X 0,653)	1,046
X <sub>3</sub> terhadap Y	0,653	-	0,653

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 10, dapat disimpulkan bahwa: 1) Besarnya pengaruh langsung gaya hidup terhadap literasi ekonomi adalah 0,958 atau berpengaruh tinggi; 2) Besarnya pengaruh langsung teman sebaya terhadap literasi ekonomi adalah 0,037 atau berpengaruh rendah; 3) Besarnya pengaruh langsung gaya hidup terhadap perilaku

konsumsi adalah 0,331 atau berpengaruh rendah; 4) Besarnya pengaruh tidak langsung gaya hidup terhadap perilaku konsumsi melalui literasi ekonomi adalah sebesar 0,216 atau berpengaruh rendah; 5) Besarnya pengaruh total gaya hidup terhadap perilaku konsumsi melalui literasi ekonomi adalah 0,547 atau berpengaruh rendah; 6) Besarnya pengaruh langsung teman sebaya terhadap perilaku konsumsi adalah 0,633 atau berpengaruh sedang; 7) Besarnya pengaruh tidak langsung teman sebaya terhadap perilaku konsumsi melalui literasi ekonomi adalah 0,413 atau berpengaruh rendah; 8) Besarnya pengaruh total teman sebaya terhadap perilaku konsumsi melalui literasi ekonomi adalah 1,046 atau berpengaruh tinggi; dan 9) Besarnya koefisien jalur literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi secara langsung adalah 0,653 atau berpengaruh sedang.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, terdapat pengaruh antara gaya hidup terhadap literasi ekonomi gagal ditolak, maka gaya hidup berpengaruh positif terhadap literasi ekonomi, artinya semakin rasional gaya hidup, maka semakin tinggi literasi ekonomi. Besarnya pengaruh gaya hidup terhadap literasi ekonomi diperoleh nilai BETA ( $\beta$ ) sebesar 0,958 atau 91,78% yang berarti bahwa, gaya hidup mempunyai pengaruh parsial yang tinggi terhadap literasi ekonomi. Selain itu, pengaruh antara teman sebaya terhadap literasi ekonomi gagal ditolak, maka teman sebaya berpengaruh positif terhadap literasi ekonomi, semakin kondusif lingkungan teman sebaya maka literasi ekonomi akan semakin meningkat. Besarnya pengaruh kelompok teman sebaya terhadap literasi ekonomi diperoleh nilai BETA ( $\beta$ ) sebesar 0,037 atau 0,13% artinya kelompok teman sebaya berpengaruh rendah terhadap literasi ekonomi.

Adapun pengaruh antara gaya hidup terhadap perilaku konsumsi gagal ditolak maka, gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi, semakin rasional gaya hidup semakin rasional pula perilaku konsumsi. Besarnya pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi diperoleh nilai BETA ( $\beta$ ) sebesar 0,331 atau 10,96% yang berarti bahwa gaya hidup berpengaruh rendah terhadap perilaku konsumsi. Sedangkan, pengaruh antara teman sebaya terhadap perilaku konsumsi gagal ditolak maka, teman sebaya berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi, semakin kondusif pengaruh kelompok teman sebaya semakin rasional pula perilaku konsumsi. Besarnya pengaruh kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumsi diperoleh nilai BETA ( $\beta$ ) sebesar 0,633 atau sebesar 40,07% yang

berarti bahwa kelompok teman sebaya secara parsial berpengaruh sedang terhadap perilaku konsumsi.

Sementara itu, pengaruh antara literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi gagal ditolak maka, literasi ekonomi berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi, semakin tinggi literasi ekonomi semakin rasional pula perilaku ekonomi. Besarnya pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi diperoleh nilai BETA ( $\beta$ ) sebesar 0,653 atau sebesar 42,648% yang berarti bahwa literasi ekonomi secara parsial berpengaruh sedang terhadap perilaku konsumsi.

## 6. REKOMENDASI

Berdasarkan uraian pembahasan penelitian yang telah dikemukakan pada bagian terdahulu, maka penulis ajukan beberapa rekomendasi. Pertama, dalam rangka menanamkan perilaku konsumsi siswa yang rasional (sederhana) diharapkan siswa menanamkan gaya hidup yang rasional (sederhana). Untuk dapat membiasakan pola hidup sederhana kepada siswa sejak dini, maka gaya hidup siswa harus disesuaikan dengan keadaan yang sebenarnya. Sikap atau gaya hidup ini mementingkan pemenuhan kebutuhan utama seperti makanan bergizi, perlengkapan dan peralatan sekolah, dan menabung. Selain itu siswa harus memiliki pemahaman dasar ekonomi atau literasi ekonomi, seperti pemahaman mengenai kepemilikan baik uang maupun barang, pemahaman tentang fungsi uang, membiasakan menabung, membiasakan berbagi, menggunakan benda/alat secara bijaksana, kreatif mencari alternatif pengganti, menyesuaikan keinginan dan kemampuan, membedakan keinginan dan kebutuhan, membuat target keinginan, dan mengajak anak ke bank.

Kedua, dalam rangka menanamkan perilaku konsumsi siswa yang rasional (sederhana) diharapkan peran orang tua dan guru memberikan pemahaman bahwa memiliki teman bisa membuat siswa tumbuh dan berkembang. Teman juga memiliki peran besar dalam perkembangan dan kepribadian siswa. Sehingga sangatlah penting untuk memilih teman yang dapat mengajak siswa menjadi pribadi yang lebih baik, bukan malah sebaliknya. Agar pergaulan siswa berarah ke hal-hal yang positif. Tidak melenceng dari peraturan agama maupun hukum. Maka pilihlah teman dengan kritis dan bijak sana.

Ketiga, karena penelitian ini terbatas pada variabel gaya hidup, kelompok teman sebaya dan literasi ekonomi serta belum menggunakan variabel lain yang mempengaruhi perilaku konsumsi siswa, maka perlu penelitian lebih lanjut yang mengungkap faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku

konsumsi siswa yang rasional secara mendalam dengan cakupan penelitian yang lebih luas.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, W. (2014). Resiliensi dan dukungan sosial pada orang tua tunggal: Studi kasus pada ibu tunggal di Samarinda. *Jurnal Psikologi UNMUL*, 1(3), 268-279.
- Arsyad, A. (2012). *Media pembelajaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Budiwati, N. (2010). *Analisis literasi ekonomi dan perilaku konsumen: Survey pada guru SMA di kota Bandung*. Unpublshed Disertation. SPSUniversitas Pendidikan Indonesia.
- Gardner, J. E. (1983). *The turbulent teens: Understanding, helping, surviving*. Los Angeles, California: Sorento Press.
- Hadija, L. (2013). Pengaruh teman sebaya dan prestasi belajar ekonomi pada perilaku konsumsi siswa SMA Khadijah Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 1(2).
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2009). *Consumer behavior: Building marketing strategy* (11<sup>th</sup> ed.). New York: The McGrawHill Companies, Inc.
- Hoyer, W. D. & MacInnis, D. J. (2010). *Consumer behavior* (5<sup>th</sup> ed.). South-Western: pre-Press, PMG.
- Ioanas, E., & Stoica, I. (2014). Social media and its impact on consumers behavior. *International Journal of Economic Practices and Theories*, 4(2), 38-52.
- Juliana, J. (2013). *Pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa pendidikan ekonomi*. Published Thesis. FKIP UNTAN.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kusniawati, M., & Kurniawan, R. Y. (2016). Pengaruh status sosial ekonomi orang tua dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IPS di SMA Negeri 2 Tuban. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 4(3).
- Lamb, C. W., & Hair, J. F. (2001). *Pemasaran* (1<sup>st</sup> ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Laursen, E. K. (2005). Rather than fixing kids - build positive peer cultures: Reclaiming children and youth. *ProQuest Education Journals*, 14(3), 137-142.
- Mappiare, A. (1982). *Psikologi remaja*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Marsh, C. J. (2009). *Key concepts for understanding curriculum*. Chipperman: CPI Antony Rowe.
- Mathews, L. G. (1999). *Promoting economic literacy: Ideas for your classroom*. Asheville: All rights reserved.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2000). *Consumer behavior: Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran* (1<sup>st</sup> ed.).
- Setiadi, N. J. (2002). *Perilaku konsumen: Konsep dan implikasi*. Jakarta: Prenada Media.
- Shaffer, D. R. (2005). *Social and personality development*. Belmont, CA: Thomson/Wadsworth.
- Sina, P. G. (2012). Analisis literasi ekonomi. *Jurnal Economia*, 8(2).
- Smith, A. (1976). An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations. In R. H. Campbell & A. S. Skinner (Eds.), *The glasgow edition of the works and correspondence of Adam Smith*, 2. Oxford University Press: Liberty Fund.
- Sugiyono, S. (2015). *Metode penelitian kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, S. (2010). *Metode penelitian pendidikan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yanti, S, Maksun, J. H., & Asriati, N. (2014). *Pengaruh penguasaan konsep ekonomi dan status sosial ekonomi orang tua terhadap pola perilaku konsumsi siswa*. Unpublished Thesis. Magister Pendidikan Ekonomi. Universitas Tanjungpura Pontianak.