

Pengaruh Perilaku Teman Sebaya, Penggunaan Media Sosial, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMKN 1 Tanjung Jabung Barat Tahun Ajaran 2023/2024

Siti Hartina

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Email : sitihartinaa12@gmail.com

Ahsan Putra Hafiz

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Email : ahsanputra22@yahoo.com

Nurlia Fufita

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Email : nurliafufita@uinjambi.ac.id

Korespondensi penulis: sitihartinaa12@gmail.com*

Abstract. *Consumptive behavior can be said to be the behavior of buying goods without strong consideration and prioritizing desires over needs. Consumptive behavior is influenced by two main factors, including internal factors that cause consumptive behavior including self-esteem, drive, self-concept, and personality. As well as external factors that cause consumer behavior due to social class, culture, reference groups and family. This research aims to determine the influence of peer behavior, use of social media, and lifestyle on the consumptive behavior of students at SMKN 1 Tanjung Jabung Barat for the 2023/2024 academic year. The method in this research is quantitative research. The samples were taken using nonprobability techniques. The sample in this research were class The analysis used is multiple linear regression with the SPSS 27 program. The research results show that peer behavior (X_1) partially influences consumptive behavior (Y), social media (X_2) partially has no influence on consumptive behavior (Y), lifestyle (X_3) partially influences consumptive behavior (Y). Meanwhile, simultaneously the behavior of peers, social media and lifestyle on consumer behavior is 32.9%. And the remaining 67.1% is influenced by other variables outside this research.*

Keywords : *Peer Behavior, Social Media, Lifestyle, Consumptive Behavior.*

Abstrak. Perilaku konsumtif dapat dikatakan sebagai perilaku membeli barang tanpa adanya pertimbangan yang kuat dan lebih mengedepankan keinginan dari pada kebutuhan. Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh dua faktor utama, diantaranya adalah faktor internal yang menyebabkan perilaku konsumtif termasuk harga diri, dorongan, konsep diri, dan kepribadian. Serta faktor eksternal yang menyebabkan perilaku konsumtif karena adanya kelas sosial, kebudayaan, kelompok referensi dan keluarga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perilaku teman sebaya, penggunaan media sosial, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif siswa-siswi SMKN 1 Tanjung Jabung Barat tahun ajaran 2023/2024. Metode dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Pengambilan sampelnya dengan menggunakan teknik *nonprobability*. Sampel dalam penelitian ini adalah siswa-siswi kelas XII semua jurusan di SMKN 1 Tanjung Jabung Barat tahun ajaran 2023/2024 dengan jumlah keseluruhan 146 siswa-siswi. Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan program SPSS 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku teman sebaya (X_1) secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y), media sosial (X_2) secara parsial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y), gaya hidup (X_3) secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y). Sedangkan secara simultan perilaku teman sebaya, media sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif sebesar 32,9%. Dan sisanya sebesar 67,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata kunci : Perilaku Teman Sebaya, Media Sosial, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif.

LATAR BELAKANG

Kebutuhan manusia tidak pernah terbatas, dan konsumsi harus dapat memenuhi setiap kebutuhan manusia dengan alat pemuas kebutuhan yang terbatas. Setiap manusia tidak pernah terlepas dari aktivitas ekonomi, termasuk konsumsi barang dan jasa. Pada hakikatnya, manusia selalu merasa kekurangan dan tidak pernah puas akan sesuatu. Setiap konsumen mempunyai kebutuhan yang berbeda-beda. Kebutuhan tersebut akan berkembang seiring dengan perkembangan yang terjadi di lingkungan masyarakat. Arus globalisasi akan mempengaruhi persaingan dengan negara-negara khususnya di bidang ekonomi. Hal ini akan berdampak pada pola perilaku dan gaya hidup pada masyarakat. Kehidupan yang semakin modern akan membawa manusia pada pola perilaku yang unik, yang membedakan antara individu yang satu dengan yang lainnya dalam mengonsumsi suatu barang. Hal ini menyebabkan Indonesia menjadi salah satu negara konsumen akibat globalisasi yang mengarah pada pola perilaku konsumtif.

Kemajuan dan perkembangan zaman telah berpengaruh terhadap perkembangan sarana dan prasarana untuk berbelanja, hal ini dapat diwujudkan semakin maraknya *mall*, *cafe*, ataupun tempat perbelanjaan lainnya yang sekarang ini semakin meluas keberadaannya. Selain itu perilaku konsumtif adalah perilaku membeli barang tanpa adanya pertimbangan yang kuat dan lebih mengedepankan keinginan daripada kebutuhan.

Perilaku konsumtif masyarakat bisa dilihat dari komponen pengeluaran konsumsi pada pendapatan nasional yang setiap tahun mengalami peningkatan. Besarnya tingkat konsumsi pada masyarakat karena mudah tertarik untuk mengonsumsi produk-produk yang telah ditawarkan oleh produsen, sehingga itu semua dapat menyebabkan perilaku konsumtif. Produsen menjadikan siswa sebagai salah satu dari sasaran pasar yang potensial, karena siswa mudah terlena dan terbujuk oleh iklan, ikut-ikutan teman sebaya, tidak realistis, cenderung boros dan suka menghamburkan uangnya. Siswa belum mampu mengonsumsi barang dan jasa dengan baik karena mereka membeli produk atau barang bukan berdasarkan dari kebutuhan tetapi keinginan. Perilaku konsumtif ini sering kita jumpai di kalangan remaja karena tahapan usia seperti mereka ini pada masa peralihan dan pencarian jati diri. Pada usia remaja waktu mereka banyak digunakan di sekolah sehingga siswa dapat bersosialisasi dan berkumpul dengan kelompok teman sebaya. Siswa sering mengalami perubahan lingkungan karena pengaruh yang di dapat di sekolah dan terbawa di dalam lingkungan keluarga. Siswa lebih banyak berada di luar rumah bersama dengan kelompok teman sebayanya, hal ini dapat dimengerti bahwa pengaruh perilaku kelompok teman sebaya pada sikap, pembicaraan, minat, lebih besar daripada pengaruh keluarga. Fenomena yang sering terjadi di kalangan remaja pada

siswa ini sudah marak terjadi karena mereka ingin diakui oleh kelompok teman sebaya. Pengaruh perilaku kelompok teman sebaya di sini akan berdampak positif dan negatif terhadap individu.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan zaman maka banyak bermunculan media yang membantu dalam memudahkan komunikasi dan mendapatkan informasi salah satunya ialah media sosial. Melalui media sosial ini siswa dapat mencari informasi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Media sosial tidak jarang dijadikan sebagai ajang pamer bagi sebagian siswa karena mereka dapat memperbarui (*update*) aktivitas mereka. Selain itu, siswa menggunakan media sosial ini untuk mengupdate dan menggunakan *trend* atau *mode* terkini sesuai dengan perkembangan zaman yang ada.

Bukan hanya itu saja, gaya hidup juga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Gaya hidup merupakan cara seseorang menjalani hidup mereka, seperti bagaimana cara mereka mengatur waktu dan menghabiskan uang. Fenomena perilaku konsumtif ini tentu akan semakin meningkat karena adanya faktor penyebab munculnya perilaku konsumtif, salah satunya yaitu gaya hidup. Salah satu perilaku konsumtif yang sering terjadi di Indonesia ialah perubahan gaya hidup yang terjadi di kalangan remaja serta anak muda yang mayoritasnya adalah siswa.

Pola perilaku konsumtif ini sangat mengkhawatirkan apabila mereka telah menghilangkan bahkan meninggalkan pola hidup produktif. Terdapat banyak gaya hidup remaja sekarang yang menarik perhatian, mulai dari gaya busana, gaya bahasa, hingga gaya pergaulan. Latar belakang sosial, ekonomi dan budaya juga berpengaruh pada setiap gerak langkah mereka. Hal ini dapat dilihat dari cara mereka menghabiskan sebagian uang sakunya untuk mencoba tempat makan baru dan bergengsi, *fashion* dengan *mode* yang tidak bisa ditebak arahnya, berganti ponsel model terbaru, selalu *update* dengan segala perkembangan musik, film dan *gadget* terbaru. Siswa yang tidak dapat mengontrol gaya hidupnya, mereka hanya memikirkan kesenangan semata yang sesaat, dan tidak dapat membedakan antara yang mana kebutuhan ataupun keinginannya, itu semua akan dikategorikan sebagai perilaku konsumtif. Fenomena perilaku konsumtif seperti ini peneliti temukan di kota Kuala Tungkal tepatnya pada siswa-siswi di SMKN 1 Tanjung Jabung Barat yang berada di kawasan kota Kuala Tungkal. Sekolah yang berada di wilayah ini dengan perkembangan teknologi, informasi, dan juga pergaulan yang cukup pesat sehingga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif siswa. Untuk mengetahui penyebab perilaku konsumtif siswa, peneliti melakukan observasi awal kepada beberapa siswa-siswi kelas XII SMKN 1 Tanjung Jabung Barat. Peneliti melakukan penyebaran kuesioner (angket) dan wawancara yang dilakukan dengan responden sebanyak 45 orang.

Hasil observasi tersebut menunjukkan masih terdapat banyak siswa yang berperilaku konsumtif. Masalah perilaku konsumtif siswa ini diduga disebabkan oleh pengaruh perilaku kelompok teman sebaya, penggunaan dari media sosial, dan gaya hidup. Sehingga faktor-faktor yang digunakan sebagai variabel bebas dalam penelitian ini yaitu perilaku teman sebaya, media sosial, dan gaya hidup. Hal tersebut dapat dilihat dari rata-rata uang saku perbulan siswa kelas XII SMKN 1 Tanjung Jabung Barat Tahun Ajaran 2023/2024 sebagai berikut:

Tabel 1. Rata-Rata Uang Saku Per Bulan Siswa Kelas XII SMKN 1 Tanjung Jabung Barat Tahun Ajaran 2023/2024

No.	Kegunaan Uang Saku	Rata-rata
1	Jajan	Rp. 131.888
2	Transportasi	Rp. 142.355
3	Hiburan	Rp. 165.000
4	Kebutuhan Belajar	Rp. 84.400
5	Kebutuhan Lain-lain	Rp. 202.755
Kegunaan Uang Saku Per Bulan		Rp. 726.398
Uang Saku Per Bulan		Rp. 463.777
Selisih		Rp. 262.621

Sumber: Data observasi awal yang diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat diketahui bahwa pengeluaran konsumsi siswa-siswi kelas XII SMKN 1 Tanjung Jabung Barat Tahun Ajaran 2023/2024 untuk rata-rata uang saku per bulannya memiliki selisih yang cukup tinggi yaitu sebesar Rp. 262.621. Pengeluaran per bulan siswa untuk jajan, transportasi, hiburan, dan kebutuhan belanja lebih banyak dibandingkan untuk keperluan belajar. Hal ini menunjukkan bahwa siswa-siswi kelas XII SMKN 1 Tanjung Jabung Barat Tahun Ajaran 2023/2024 memiliki sifat boros dan menggunakan uang tidak sesuai dengan kebutuhannya. Sehingga siswa terkadang masih meminta uang saku tambahan kepada orang tua jika uang saku yang mereka terima telah habis digunakan.

Selanjutnya peneliti juga melakukan wawancara kepada tiga perwakilan siswa-siswi kelas XII SMKN 1 Tanjung Jabung Barat. Dari hasil wawancara yang dilakukan diperoleh bahwa siswa pertama yang bernama Nabila jurusan Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran mengatakan bahwa kegunaan uang saku jajan biasanya digunakan untuk membeli makanan pada saat jam istirahat. Siswa kedua yang bernama M. Adam Handika jurusan Multimedia mengatakan bahwa kegunaan uang sakunya untuk jajan di sekolah akan tetapi lebih sering digunakan untuk belanja di luar setelah pulang dari sekolah seperti membeli baju *brand* terkini, nongkrong ke *cafe*, dan membeli sepatu yang *trend*. Siswa ketiga yang bernama Tri Yuli Yanti jurusan Akuntansi dan Keuangan Lembaga mengatakan bahwa kegunaan uang saku untuk jajan di sekolah, terkadang digunakan untuk membeli paketan internet dan belanja di luar

setelah pulang dari sekolah seperti belanja *brand* dengan kelompok teman sebaya dibandingkan untuk kebutuhan belajar seperti membeli buku-buku pelajaran yang bermanfaat. Mereka juga mengatakan bahwa sering membeli barang atau produk ketika sedang ada promo dan diskon. Para siswa tersebut juga menambahkan bahwa ketika mereka membeli suatu barang atau produk yang mereka perhatikan adalah merek dan harganya. Dapat dikatakan ketika mereka berbelanja dan menjumpai suatu produk yang sedang turun harga, mereka langsung membelinya meskipun barang tersebut tidak menjadi kebutuhan.

Selain itu peneliti juga melakukan wawancara kepada salah satu guru di SMKN 1 Tanjung Jabung Barat yaitu Ibu Dian Susanti, S.E. Hasil wawancara mengatakan bahwa siswa-siswi memiliki perilaku konsumtif yang tinggi sementara itu kondisi orang tua mereka rata-rata dari golongan menengah ke bawah. Hal ini bisa dilihat dari sejumlah siswa-siswi yang ada di SMKN 1 Tanjung Jabung Barat memiliki *gadget* yang canggih karena gengsi terhadap kelompok teman sebaya. Perkembangan teknologi yang canggih dan zaman saat ini memudahkan siswa untuk melakukan belanja secara *online* melalui media sosial. Melalui media sosial siswa lebih mudah untuk memperoleh informasi. Penggunaan dari media sosial tidak dapat dipisahkan dari penggunaan internet yang merupakan hal yang sedang *trend* saat ini diberbagai kalangan, salah satunya pada kalangan remaja (siswa), di mana dengan menggunakan media sosial mereka dapat berkomunikasi secara lebih menarik terutama dalam hal berbelanja *online*

bahwa tingginya angka penggunaan media sosial pada siswa kelas XII SMKN 1 Tanjung Jabung Barat Tahun Ajaran 2023/2024 maka secara otomatis mereka akan melakukan pembelian barang atau produk melalui media sosial. Banyak produsen memanfaatkan media sosial untuk bisa memasarkan produknya dengan jelas dan mudah sebagai lahan bisnis. Dengan ini semua dapat diartikan cara seseorang untuk menjual dan mempromosikan barang atau produk kepada pengguna media sosial dengan tujuan untuk mencari keuntungan. Ternyata media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif seseorang, salah satunya ialah siswa karena dengan perkembangan teknologi saat ini melalui beberapa aplikasi di media sosial seperti Shopee, Tiktok, Instagram, Facebook, dan WhatsApp siswa dapat mengakses akun-akun penjualan *online* dengan cepat, mudah dan praktis. Sebelum membeli barang mereka akan melihat *review* yang ada pada media sosial tersebut karena barang yang akan dibeli dapat dilihat secara jelas dan lebih spesifik melalui gambar dan video.

Hasil dari penyebaran kuesioner (angket) awal yang dilakukan peneliti terkait intensitas belanja *online* siswa dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Intensitas Belanja Online Siswa

No.	Intensitas	Pengguna	Persentase
1	Pernah	45	100%
2	Tidak Pernah	0	0
Total		45	100%

Sumber: Data observasi awal yang diolah tahun 2023

Gambar 3. Intensitas Belanja Online Siswa

Siswa melakukan belanja online:

45 jawaban



Sumber: Data observasi awal yang diolah tahun 2023

Tabel 1.3 dan gambar 1.2 di atas menunjukkan bahwa 100% dari 45 siswa pernah melakukan belanja *online*. Siswa yang sering melakukan pembelian barang secara *online* melihat dari iklan dan tawaran iming-iming hadiah yang dilakukan oleh penjual *online shop* yang ada di media sosial. Hal ini akan membuat siswa tertarik untuk membeli suatu barang tanpa memikirkan manfaat dan juga kegunaan barang tersebut. Apabila berbelanja *online* dilakukan secara berlebihan hal ini akan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Melakukan belanja *online* melalui media sosial membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Siswa juga mengatakan bahwa mereka sering membeli barang terbaru karena ingin mengikuti *trend* atau *fashion* yang sedang *booming*. Selain itu siswa juga membeli barang karena ikut-ikutan kelompok teman sebayanya agar bisa diakui di lingkungannya dan menaikkan gengsi. Kebanyakan dari mereka membeli barang atas dasar keinginan semata bukan kebutuhan.

dapat dilihat bahwa yang paling mempengaruhi perilaku konsumtif siswa adalah faktor media sosial/iklan sebesar 53,3%, selanjutnya faktor penyebab perilaku konsumtif yaitu uang saku dan alasan lainnya sebesar 22,2%. Terdapat pengaruh positif dan signifikan intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif siswa. Perkembangan teknologi informasi menyebabkan *smartphone* menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi siswa sehingga siswa terkadang tidak memfokuskan dirinya untuk belajar karena terlena dengan perkembangan teknologi. Uang saku juga adalah faktor yang sangat berpengaruh terhadap kehidupan remaja.

Siswa di dalam kesehariannya seringkali tidak berpikir kritis dalam melakukan sesuatu sehingga tanpa mereka sadari telah menjalani perilaku konsumtif. Perilaku yang selalu

mengikuti *trend*, pengaruh berlebihan dari kelompok teman sebayanya dan juga kebiasaan gaya hidup yang berlebihan akan dapat merugikan bagi pelakunya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka peneliti tertarik untuk mengangkat tema penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Perilaku Teman Sebaya, Penggunaan Media Sosial, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMKN 1 Tanjung Jabung Barat Tahun Ajaran 2023/2024.**

KAJIAN TEORITIS

Pengertian Perilaku Teman Sebaya

Perilaku adalah segala sesuatu yang dilakukan oleh individu satu dengan individu lain dan sesuatu itu bersifat nyata serta reaksi seseorang yang muncul dalam gerakan atau sikap (gerakan badan atau ucapan). Sedangkan teman sebaya atau kelompok persahabatan adalah kelompok orang yang sama.

Di sini, istilah “teman sebaya” mengacu pada individu dalam kelompok yang memiliki banyak kesamaan. Lingkaran teman, atau teman sebaya mengacu pada anak dengan usia kedewasaan yang hampir sama. Selain itu teman sebaya juga merupakan kelompok orang yang memiliki minat dan pengalaman yang sama, saling berinteraksi, memiliki tujuan, dan mengikuti aturan yang sama.

Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah suatu media internet yang memungkinkan penggunanya mempresentasikan dirinya melalui interaksi, kerjasama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya serta membentuk ikatan sosial secara virtual.

Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan selera pengikat kelompok dalam (*in group*) aktor-aktor kolektif atau kelompok status, berkompetisi ditandai dengan kemampuan untuk memonopoli sumber-sumber budaya. Secara umum, gaya hidup didefinisikan sebagai bagaimana seseorang menghabiskan waktunya (aktivitas), minat mereka pada lingkungan, dan pendapat mereka tentang diri mereka dan lingkungan.

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu perusahaan manufaktur sub makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2021. Data yang akan dianalisis adalah laporan keuangan untuk mengetahui Likuiditas (*Current Ratio*),

Leverage (Debt to Equity Ratio) dan Profitabilitas (*Return on Asset*) dan nilai perusahaan tahun 2016-2021. Data laporan keuangan diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu pada laman www.idx.co.id.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode yang menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur sesuai statistik. Dengan menggunakan penelitian kuantitatif dalam penelitian ini, penulis dapat memperoleh hasil dari tujuan penelitian. Metode kuantitatif merupakan jenis metode yang menghasilkan penemuan-penemuan yang bisa dicapai dengan menggunakan prosedur statistika dengan cara pengukuran.

C. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah jenis data yang diperoleh dan digali melalui hasil pengolahan oleh pihak kedua dari hasil penelitian lapangannya, baik berupa data kualitatif maupun data kuantitatif. Jenis data ini dapat digali melalui monografi yang diterbitkan oleh masing-masing lembaga tersebut, baik laporan mingguan, bulanan, triwulan maupun tahunan, serta melalui publikasi buku, literatur, majalah dan data dari surat kabar.

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari laporan keuangan tahunan yang dipublikasikan dari website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu www.idx.co.id pada perusahaan manufaktur sub makanan dan minuman tahun 2016-2021.

D. Populasi dan sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021, yaitu sebanyak 26 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini sampel diambil secara *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memiliki pertimbangan tertentu dalam pengambilan sampel, dimana anggota sampel akan dipilih sedemikian rupa sehingga sampel yang dibentuk dapat mewakili

karakteristik populasi pertimbangan yang dimaksud adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang secara konsisten tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) mulai tahun 2016 hingga tahun 2021.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh perilaku teman sebaya, media sosial, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif, pengaruh variabel bebas secara parsial dengan menggunakan uji t, dapat dilihat penjelasan untuk masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Pengaruh Perilaku Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji regresi dan hipotesis yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel perilaku teman sebaya mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif. Hal ini dibuktikan dengan melakukan uji statistik yang menghasilkan nilai signifikan $T_{hitung} 6,480 > T_{tabel} 1,656$. Dan nilai sig $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku teman sebaya mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Hasil ini menunjukkan bahwa variabel perilaku teman sebaya memiliki hasil yang positif terhadap perilaku konsumtif. Jika dikaitkan dengan hasil kuesioner (angket), ditemukan hasil bahwa siswa-siswi SMKN 1 Tanjung Jabung Barat kebanyakan senang sharing tentang keinginannya membeli produk kepada teman sebayanya. Perilaku Konsumtif Teman Sebaya 39%, Media Sosial 20,9%, dan Gaya Hidup 61,8% 70 membeli produk yang menarik, maka sebagian dari siswa juga akan membeli produk yang sama bahkan lebih menarik dari yang teman sebayanya beli, selain itu siswa juga rela membeli apa yang teman sebayanya sukai agar dapat menjadi bagian dari teman sebayanya. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa, semakin tinggi pengaruh perilaku teman sebaya maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Dengan demikian, perilaku teman sebaya dapat menjadi salah satu pengaruh siswa-siswi SMKN 1 Tanjung Jabung Barat untuk melakukan perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Nurita Dewi, Rusdarti, St. Sunarto tahun 2017 yang berjudul Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa, yang menyatakan bahwa teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa.

2. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji t (parsial) diketahui bahwa nilai signifikansi variabel teknologi informasi sebesar $0,166 < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $1,394 < 1,656$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel media sosial memiliki pengaruh positif tetapi tidak memiliki pengaruh yang

signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel media sosial memiliki pengaruh yang positif tetapi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif seperti variabel perilaku teman sebaya dan variabel gaya hidup. Jika dikaitkan dengan hasil kuesioner, ditemukan hasil bahwa siswa-siswi SMKN 1 Tanjung Jabung Barat dapat diketahui bahwa media sosial tidak memiliki pengaruh positif dan tidak terlalu mempengaruhi siswa-siswi terhadap perilaku konsumtifnya pada kegiatan pembelian di *online shop*. Hal ini dapat dideskripsikan bahwa dengan berkembangnya media sosial mampu menyediakan banyak referensi informasi tentang kebutuhan siswa sehingga membantu siswa dalam mencari sebuah informasi produk untuk memenuhi kebutuhannya (Indriyani & Suri, 2020). Siswa SMKN 1 Tanjung Jabung Barat memanfaatkan hadirnya informasi melalui media sosial untuk memperkaya informasi atau pengetahuan tentang sebuah produk dalam rangka untuk membeli sebuah produk yang sesuai dengan kebutuhannya.

Hal ini juga didukung dalam penelitian Yogesh dan Yesha (2014) yang mengungkapkan bahwa media sosial paling populer dan memiliki intensitas dalam mencari sumber informasi yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian. Hasil analisis tersebut senada dengan penelitian Akalamkam dan Mitra (2018) menyatakan bahwa konsumen yang akan membeli produk pada *online shop* maka akan terlebih dahulu mencari literatur dan informasi terkait produk yang dibutuhkan melalui media sosial, artinya seseorang memanfaatkan informasi dalam media sosial untuk menentukan kegunaan dari sebuah produk agar sesuai dengan kebutuhannya. Akan tetapi, menurut siswa-siswi SMKN 1 Tanjung Jabung Barat media sosial tidak selalu memiliki kualitas yang baik dan terpercaya dalam mengiklankan suatu produk serta tidak juga selalu akurat dalam menyampaikan informasi, sehingga walaupun media sosial terus menerus update, tidak juga berpengaruh pada keinginan siswa tersebut untuk membeli produk yang diiklankan di media sosial, yang berarti sebenarnya tingkat kepercayaan pada media sosial masih kurang walaupun media sosial terus menerus berkembang. Dengan demikian, media sosial tidak menjadi salah satu pengaruh siswa-siswi SMKN 1 Tanjung Jabung Barat untuk melakukan perilaku konsumtif.

3. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa nilai t_{hitung} variabel gaya hidup sebesar $3,172 > 1,656$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,002 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel gaya hidup terhadap variabel perilaku konsumtif. Jika dikaitkan dengan hasil kuesioner, ditemukan hasil bahwa siswa-siswi SMKN 1 Tanjung Jabung Barat senang

meluangkan waktunya untuk sekedar berbelanja atau jalan-jalan. Serta sebagian siswa menganggap bahwa membeli produk yang mahal atau bermerek berarti mencerminkan selera tinggi serta status sosial mereka. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa semakin mewah gaya hidup siswa-siswi SMKN 1 Tanjung Jabung Barat maka akan meningkatkan perilaku konsumtif mereka. Dengan demikian, gaya hidup dapat menjadi salah satu pengaruh siswa-siswi SMKN 1 Tanjung Jabung Barat untuk melakukan perilaku konsumtif. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh (Delyana Rahmawany Pulungan, Hastina Febriaty 2018) yang berjudul Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa, yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

4. Pengaruh Perilaku Teman Sebaya, Media Sosial, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji f , maka dapat diketahui nilai signifikansi untuk perilaku teman sebaya (X_1) media sosial (X_2) dan gaya hidup (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($23.240 > 2,670$). Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak yang berarti terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel perilaku teman sebaya, variabel media sosial dan variabel gaya hidup secara simultan terhadap variabel perilaku konsumtif. Jika dikaitkan dengan hasil kuesioner, ditemukan hasil bahwa perilaku teman sebaya, media sosial, dan gaya hidup menjadi tolak ukur siswa-siswi dalam berperilaku konsumtif karena pengaruh-pengaruh tersebut dapat dengan mudah ditemukan pada kehidupan sehari-hari mereka. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh (Rusdi Raprayogha, Muslimin Kara, dan Nahda Dahlan 2021) yang berjudul Pengaruh Media Sosial Instagram, Kelompok Teman Sebaya, dan *Lifestyle* terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Makassar, menyatakan bahwa Media Sosial Instagram, Kelompok Teman Sebaya, dan *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumtif. Adjusted R Square (koefisien determinasi) nilai sebesar 0.315 atau 31.5%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (X_1), (X_2) dan (X_3) terhadap (Y) memberikan pengaruh sebesar 31.5% dan sisanya sebesar 68.5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara perilaku teman sebaya, media sosial, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif siswa-siswi SMKN 1 Tanjung Jabung Barat tahun ajaran 2023/2024. Setelah data penelitian terkumpul dan diolah oleh peneliti, maka terdapat poin dalam penelitian ini dengan kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel perilaku teman sebaya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif siswa-siswi SMKN 1 Tanjung Jabung Barat. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil nilai dari $t_{hitung} 6,480 > t_{tabel} 1,656$ dan nilai Sig $0,000 < 0,05$, yang artinya bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil ini memiliki arti bahwa saat variabel perilaku teman sebaya mengalami peningkatan, maka variabel perilaku konsumtif juga akan mengalami peningkatan.
2. Variabel media sosial menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif tetapi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa-siswi SMKN 1 Tanjung Jabung Barat seperti variabel perilaku teman sebaya dan variabel gaya hidup. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil nilai dari $t_{hitung} 1,394 > t_{tabel} 1,656$ dan nilai Sig $0,000 < 0,166$, yang artinya bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak.
3. Variabel gaya hidup menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa-siswi SMKN 1 Tanjung Jabung Barat. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil nilai dari $t_{hitung} 3,172 > t_{tabel} 1,656$ dan nilai Sig $0,002 < 0,05$, yang artinya bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil ini memiliki arti bahwa saat variabel gaya hidup mengalami peningkatan, maka variabel perilaku konsumtif juga akan mengalami peningkatan.
4. Berdasarkan hasil uji f, maka dapat diketahui nilai signifikansi untuk perilaku teman sebaya (X_1) media sosial (X_2) dan gaya hidup (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $f_{hitung} > f_{tabel} (23,240 > 2,670)$.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti memberikan saran agar mendapatkan gambaran sebagai bahan pertimbangan untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang serupa. Maka saran yang diberikan sebagai tindak lanjut hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi Siswa-Siswi SMKN 1 Tanjung Jabung Barat

Siswa-siswi diharapkan dapat mengutamakan kebutuhan daripada keinginan, agar tidak hanya mengikuti *trend* karena pergaulan dari teman atau sekedar gengsi saja. Selain itu, sebaiknya lebih mengutamakan manfaat dari barang ataupun produk yang akan dikonsumsi. Maka dari itu, siswa-siswi SMKN 1 Tanjung Jabung Barat diharapkan harus lebih bijaksana dalam melakukan pembelian barang atau produk agar tidak menimbulkan perilaku konsumtif.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat menggunakan sampel yang lebih besar di tempat lain, seperti sekolah lain maupun di Universitas yang mempunyai beberapa fakultas dan di dalamnya terdapat minimal 5 fakultas, kemudian dapat diambil sampel per fakultasnya dari seluruh jumlah tersebut atau bisa diambil sampel di masyarakat yang ada di Kota Jambi atau di luar Kota Jambi dengan menggunakan variabel independen yang berbeda yang masih bisa dikaitkan dengan perilaku konsumtif, seperti pengaruh lingkungan keluarga, kepribadian, motivasi, budaya, kelompok kerja, usia, dan tingkat pendapatan sesuai dengan teori dari faktor-faktor perilaku konsumtif serta peneliti dapat menggunakan analisis yang berbeda agar dapat dijadikan pembeda dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agama RI, Departemen. *Al-Quran dan Terjemahannya*. Jakarta: Samad, 2014.
- Apriadi Tamburaka. *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2013.
- Catur Nugroho. *CYBER SOCIETY: Teknologi, Media Baru, Dan Disrupsi Informasi*. Jakarta: Prenada Media, 2020.
- Ce Gunawan. *Mahir Menguasai SPSS New Edition: Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Damsar. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.
- Danang Sunyonto. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: Refika Aditama, 2013.
- Engel, and James F. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binaputra Aksara, 2015.
- Ghozali Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- Hawkins. *Consumer Behavior*. India: PT. Limited, 2002.

- Ismail Nurdin, and Sri Hartati. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019.
- Kamanto Sunarto. *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Universitas Indonesia Publishing, 2005.
- Mardalis. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara, 2003.
- Ma'sumah S. *Kumpulan Cara Analisis Data Beserta Contoh Judul Hipotesis Penelitian*. Dukuhwaluh: CV. Rizquna, 2019.
- Muhammad Rezky. *Facebook vs Friedster*. Yogyakarta: Connexi, 2009.
- Nachrowi dan Hadrius Usman, *Penggunaan Teknik Ekonometri*, Jakarta: Rajawali Press, 2002
- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Papundu Tika. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006.
- Rozalinda. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al- Syariah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016.
- Rulli Nasrullah. *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017.
- Santoso, and Slamet. *Dinamika Kelompok*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Santrock, and John W. *Perkembangan Anak Jilid 2*. Jakarta: Erlangga, 2007.
- . *Remaja Edisi 11 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga, 2003.
- Sarjono Haryadi, and Julianita Winda. *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Riset*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2011.
- Slamet, Santosa. *Dinamika Kelompok*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2022.
- . *Statistika Untuk Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- Sujarweni Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2019.
- Suliyanto. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2009.
- Sumartono. *Terperangkap Dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi)*. Bandung: Alfabeta, 2002.
- Suryani, and Herdryadi. *Metode Riset Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2015.

- Syamsu, Yusuf. *Psikologi Perkembangan Anak & Remaja*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2016.
- Vembriarto. *Sosiologi Pendidikan*. Jakarta: PT. Gramedia Widia Sarana, 2003.
- Yunalia, and Etika Arif Nurma. *Remaja Dan Konformitas Teman Sebaya*. Malang: Ahlimedia, 2020.
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1)
- Pulungan, Delyana Rahmawati. 2018. "Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa". *Jurnal Riset Sains Manajemen*. Vol. 2, No. 3.
- Raprayogha, Rusdi. Kara, Muslimin. Dahlan, Nahda. 2021. "Pengaruh Media Sosial Instagram, Kelompok Teman Sebaya, dan Lifestyle terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Makassar". *Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol. 3, No.2.
- Rumingsih, Baiq Diah, and Ety Soesilowati. "Peran Sikap Konsumen Dalam Memediasi Pengaruh Lingkungan Sosial Dan Pengetahuan Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa." *Journal of Economic Education* 5, no. 2 (July 2016):
- Yogesh, F., & Yesha, M. (2014). Effect of Social Media on Purchase Decision. *Pacific Business Review International*, 6(11),
- Akalamkam, K., & Mitra, J. K. (2018). Consumer Pre-purchase Search in Online Shopping: Role of Offline and Online Information Sources: *Business Perspectives and Research*, 6(1), 42–60. <https://doi.org/10.1177/2278533717730448>