

**SKRIPSI**

**PENGARUH STATUS SOSIAL EKONOMI ORANG TUA  
DANGAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
MAHASISWA (STUDI ILMU EKONOMI UNIVERSITAS  
ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH)**



**Disusun Oleh:**

**ULFA DESPITA  
NIM. 170604013**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2022 M/1443 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ulfa Despita  
NIM : 170604013  
Program studi : Ilmu Ekonomi  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
- 2. Tidak melakukan Plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin milik karya.*
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data*
- 5. Mengerjakan sendiri tugas ini dan mampu menanggung jawab atas karya ini.*

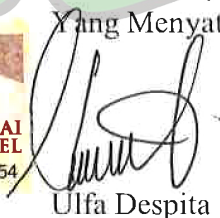
Bila dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 1 Desember 2022

Yang Menyatakan,



  
Ulfa Despita

## PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

### **Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Ilmu Ekonomi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh)**

Disusun Oleh:

Ulfa Despita  
NIM. 170604013

Telah disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN AR-Raniry Banda Aceh  
Dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu syarat untuk  
menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang Ilmu  
Ekonomi

Pada Hari/Tanggal : Sabtu, 23 Juli 2022  
23 Dzulhijjah 1443 H

Banda Aceh,  
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,



Marwiyati, S.E., M.M.  
NIP. 197404172005012002

Sekretaris,



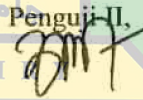
Abrar Amri, M.Si.  
NIDN. 122078601

Penguji I,



Dr. Maimun, S.E., Ak., M.Si.  
NIP. 197009171997031002

Penguji II,



Winny Dian Safitri, S.Si., M.Si.  
NIP. 199005242022032001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh



Dr. Zaki Fuad, M. Ag.  
NIP. 196403141992031003

**PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**PENGARUH STATUS SOSIAL EKONOMI ORANG TUA  
DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
MAHASISWA (STUDI ILMU EKONOMI UNIVERSITAS  
ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH)**

Disusun Oleh:

Ulfa Despita  
NIM. 170604013

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada  
Program Studi Ilmu Ekonomi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

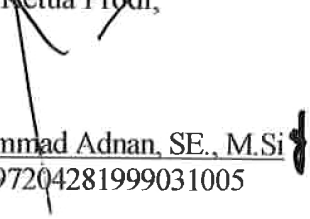
Pembimbing I

Pembimbing II

  
Marwiyati, S.E., M.M.  
NIP. 197404172005012002

  
Abrar Amri, M.Si.  
NIDN. 122078601

Mengetahui,  
Ketua Prodi,

  
Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si  
NIP. 197204281999031005



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syaikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: [www.library.ar-raniry.ac.id](http://www.library.ar-raniry.ac.id) Email: [library@ar-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id)

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Ulfa Despita  
NIM : 170604013  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ilmu Ekonomi  
E-mail : [ulfadespita51@gmail.com](mailto:ulfadespita51@gmail.com)

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksekutif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir  KKU  Skripsi berjudul:

**Analisis Kesejahteraan Masyarakat Nelayan Pukat Pantai (Studi Kasus Gampong Jawa Kecamatan Kutaraja Kota Banda Aceh)**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendisminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencatumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Banda Aceh

Pada Tanggal : 23 Juli 2022

Penulis

Ulfa Despita

NIM. 170604013

Mengetahui  
Pembimbing I

Marwiyati, S.E., M.M.

NIP. 197404172005012002

Pembimbing II

Abrar Amri, M.Si.

NIDN. 122078601

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan mengucapkan *Alhamdulillah* penulis menyampaikan puji beserta syukur kepada Allah SWT karena dengan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini. Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat yang telah menjadi tauladan bagi sekalian manusia dan alam semesta. Berkat rahmat dan hidayah Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Ilmu Ekonomi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh)”, sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Studi Ilmu Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Penulis menyadari, bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, maka dari itu penulis mengucapkan terimakasih yang tulus dan penghargaan yang tak terhingga kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi yang telah memberikan arahan selama penulis



menempuh pendidikan di Program Studi Ilmu Ekonomi UIN Ar-Raniry.

3. Muhammad Arifin, M. Ag., Ph.D, selaku ketua laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry
4. Marwiyati, S.E., M.M selaku dosen Pembimbing I dan Abrar Amri, M. Si selaku Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan arahan serta tambahan ilmu dalam membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Prof Dr. Nazaruddin A.Wahid., M.A selaku Penasehat Akademik yang telah membimbing serta memberikan nasehat terbaik untuk penulis selama menempuh pendidikan di program studi strata satu (S1) Ilmu Ekonomi
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry yang telah memberi banyak pengetahuan dan motivasi dalam penyusunan tugas akhir ini.
7. Bapak dan Ibu Pustakawan yang telah membantu Peminjaman buku-buku untuk penulisan skripsi ini.
8. Terimakasih yang tak terhingga kepada Ibu dan ayah yang telah menjadi orangtua terhebat, yang selama ini senantiasa memberikan motivasi, nasehat, cinta, perhatian dan kasih sayang serta doa yang tiada habisnya.
9. Teman-teman seperjuangan angkatan 2017, terima kasih atas motivasi dan dorongan serta bantuan yang diberikan kepada penulis dan menemani sepanjang perjalanan penulis mulai dari

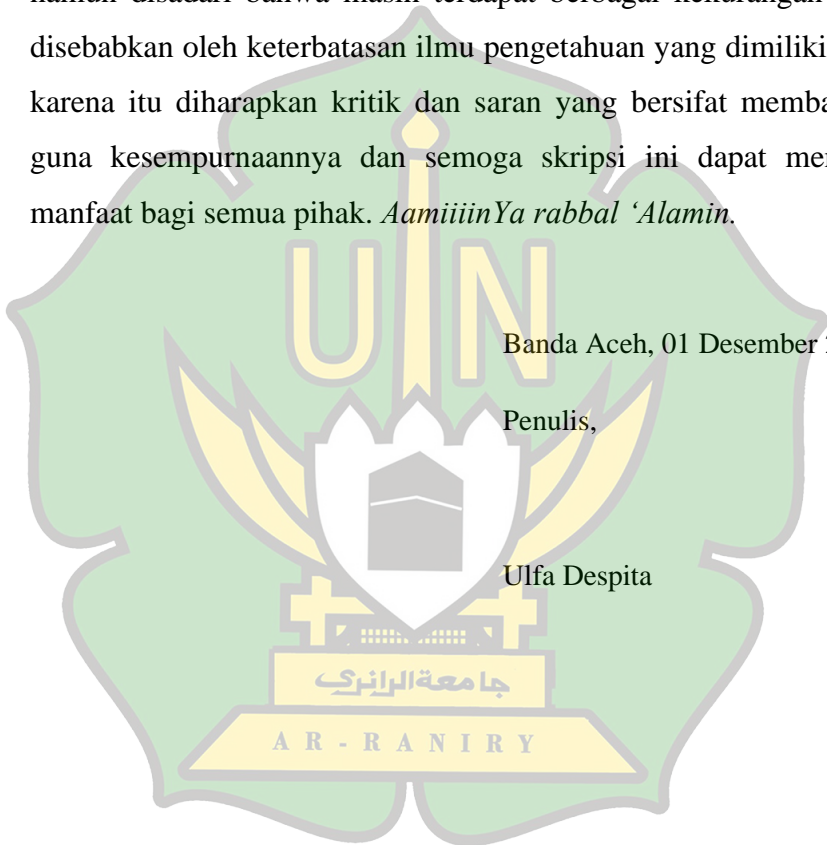
pertama menjadi mahasiswa hingga selesainya skripsi ini, hal sedemikian merupakan sesuatu yang sangat bernilai bagi penulis.

Penulisan skripsi ini telah diupayakan semaksimal mungkin, namun disadari bahwa masih terdapat berbagai kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan ilmu pengetahuan yang dimiliki, oleh karena itu diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna kesempurnaannya dan semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi semua pihak. *Aamiiin Ya rabbal 'Alamin.*

Banda Aceh, 01 Desember 2022

Penulis,

Ulfa Despita





## TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun1987 –Nomor:0543b/u/1987

### 1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	Ḥ
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

## 2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌َ و	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف: *kaifa*

هول : *haua*

### 3. *Maddah*

*Maddah* atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اَ / اِ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atauya	Ā
اِ	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
اُ	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

### 4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

- a. *Ta marbutah* (ة) hidup

*Ta marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

- b. *Ta marbutah* (ة) mati

*Ta marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl/ raudatulatfāl*

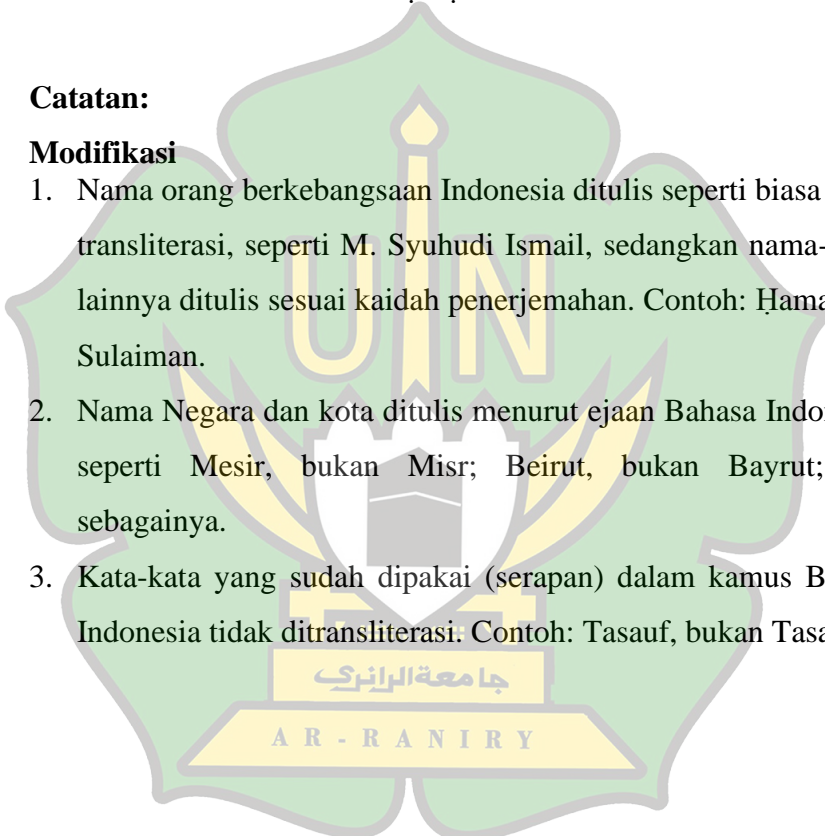
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَ : *al-Madīnah al-Munawwarah/  
al-Madīnatul Munawwarah*

طَلْحَةَ : *Talḥah*

**Catatan:**

**Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi: Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



## ABSTRAK

Nama : Ulfa Despita  
Nim : 170604013  
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ilmu Ekonomi  
Judul : Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Ilmu Ekonomi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh)  
Pembimbing I : Marwiyati, S.E., M.M  
Pembimbing II : Abrar Amri, M. Si

Kondisi perilaku konsumtif memunculkan *demonstration effect*. Perilaku konsumtif bisa disebabkan oleh efek dari bisnis periklanan terlebih saat ini semuanya mudah dibeli melalui aplikasi *online*. Selain adanya *demonstration effect*, meningkatnya perilaku konsumtif juga disebabkan karena masyarakat sebagai konsumen semakin dimanjakan dengan berbagai kemudahan dalam hal transaksi dari proses pembayaran dan pengiriman. Demikian pula dengan mahasiswa yang cenderung mengondisikan diri untuk berpenampilan menarik dan rapi adakalanya juga harus berbelanja untuk keperluan dirinya. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan berapa besar pengaruh status sosial ekonomi orangtua dan gaya hidup secara parsial dan simultan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan teknik *purposive sampling* dengan 150 responden. Hasil penelitian didapatkan bahwa status sosial ekonomi orang tua tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan Gaya hidup berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, serta status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

**Kata kunci:** *Status sosial ekonomi, gaya hidup, perilaku konsumtif, mahasiswa, Ilmu Ekonomi.*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL KEASLIAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GRAFIK .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
1.5. Sistematika Pembahasan .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>10</b>
2.1. Perilaku Konsumtif .....	10
2.1.1. Pengertian Perilaku Konsumtif .....	10
2.1.2. Faktor-Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif .....	10
2.1.3. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif .....	13
2.1.4. Indikator perilaku Konsumtif .....	14
2.2. Status Sosial Ekonomi .....	17
2.2.1. Pengertian Status Sosial Ekonomi.....	17
2.2.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Status Sosial ekonomi .....	18
2.2.3. Ukuran Status Sosial Ekonomi .....	20
2.2.4. Indikator Status Sosial Ekonomi .....	22
2.3. Gaya Hidup .....	23

2.3.1. Pengertian Gaya Hidup.....	23
2.3.2. Jenis Gaya Hidup.....	24
2.3.3. Pendekatan Gaya Hidup .....	27
2.3.4. Indikator Gaya Hidup .....	30
2.4. Keterkaitan Variabel .....	32
2.5. Penelitian Terkait .....	33
2.6. Kerangka Pemikiran.....	38
2.7. Hipotesis Penelitian .....	39
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>41</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	41
3.2. Populasi Penelitian .....	41
3.3. Sampel Penelitian .....	41
3.4. Jenis dan Sumber Data .....	43
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.6. Skala Pengukuran .....	45
3.7. Variabel Penelitian .....	46
3.8. Definisi Operasional Variabel .....	47
3.9. Uji Instrumen Penelitian.....	50
3.10. Teknik Analisa Data.....	52
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>56</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	56
4.1.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	56
4.1.2. Deskripsi Responden .....	60
4.1.3. Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	65
4.1.4. Uji Asumsi Klasik .....	68
4.1.5. Uji Regresi Linear Berganda .....	71
4.1.6. Pengujian Hipotesis .....	72
4.2. Pembahasan.....	75
4.2.1. Pengaruh status sosial ekonomi orangtua terhadap perilaku konsumtif .	75
4.2.2. Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif .....	77
4.2.3. Pengaruh status sosial ekonomi orangtua dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif .....	78

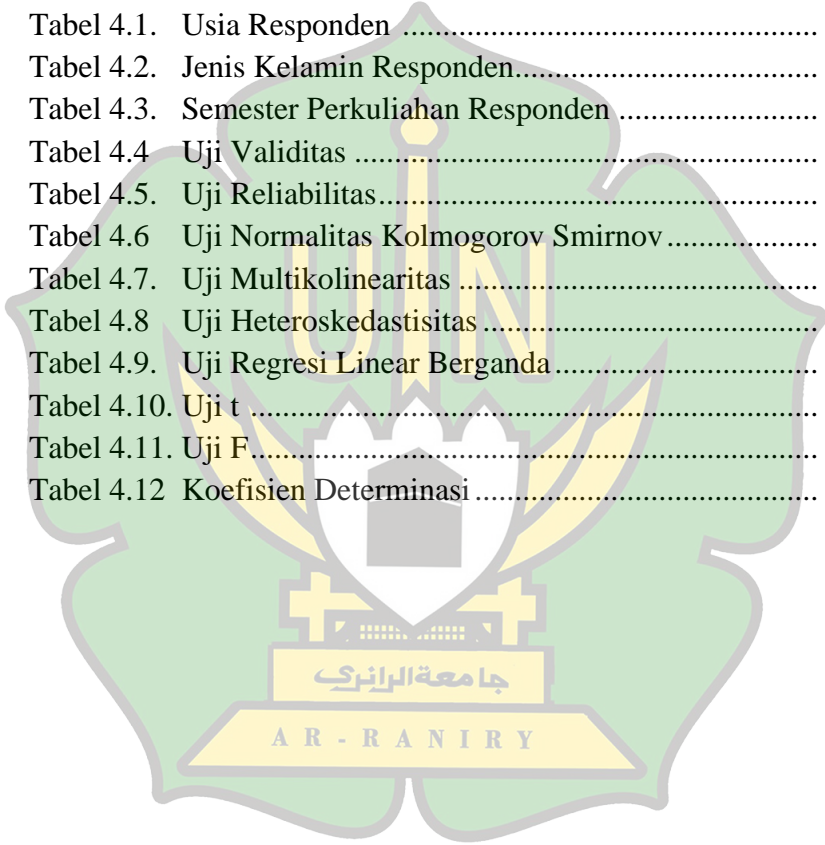


<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>80</b>
5.1.Kesimpulan .....	80
5.2.Saran .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>



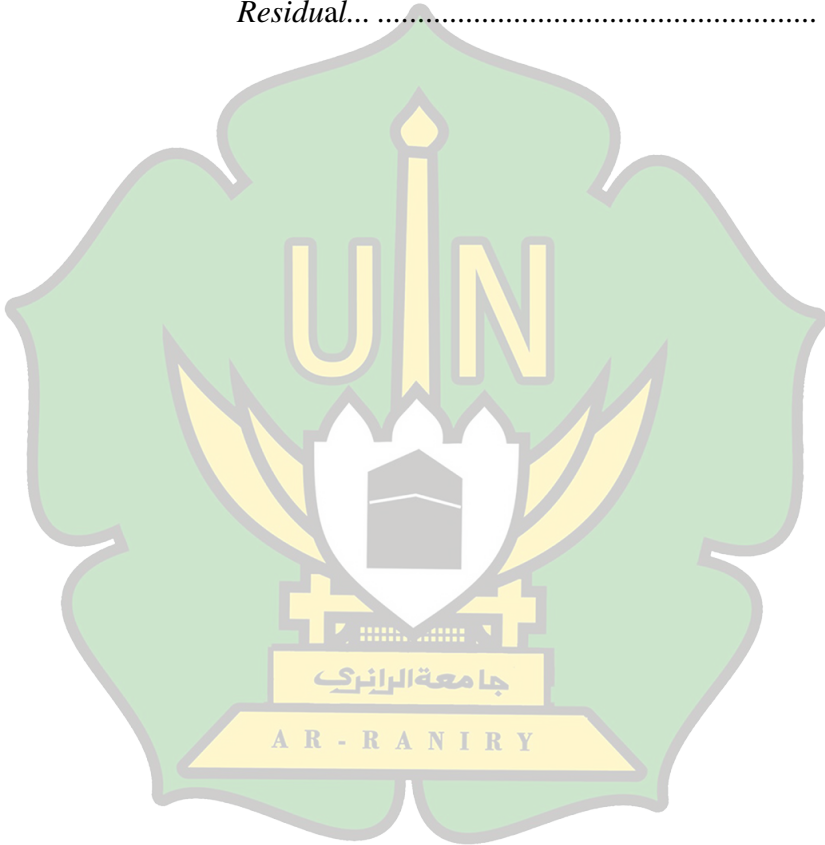
## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terkait .....	36
Tabel 3.1. Tabel Skala Likert .....	46
Tabel 3.2. Indikator Operasional Variabel .....	47
Tabel 4.1. Usia Responden .....	61
Tabel 4.2. Jenis Kelamin Responden.....	62
Tabel 4.3. Semester Perkuliahan Responden .....	64
Tabel 4.4 Uji Validitas .....	66
Tabel 4.5. Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4.6 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov .....	68
Tabel 4.7. Uji Multikolinearitas .....	70
Tabel 4.8 Uji Heteroskedastisitas .....	71
Tabel 4.9. Uji Regresi Linear Berganda.....	71
Tabel 4.10. Uji t .....	73
Tabel 4.11. Uji F.....	74
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi .....	75



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 4.1. <i>Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual</i> .....	70



## DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Usia Responden.....	62
Grafik 4.2. Jenis Kelamin Responden .....	63
Grafik 4.3. Semester Responden .....	64



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Status Sosial Ekonomi Orangtua, Gaya Hidup Dan Perilaku Konsumtif .....	91
Lampiran 2 : Uji Normalitas .....	94
Lampiran 3: Uji Heterokedastisitas.....	95
Lampiran 4 : Uji Multikenoritas .....	96
Lampiran 5: Uji Regresi Linear Berganda, Uji T dan Uji F .....	97
Lampiran 6: Uji Koefisien Determinasi .....	98



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Pada masa era digital seperti saat ini aktivitas masyarakat banyak dipengaruhi oleh aktivitas luar jaringan (luring) menjadi dalam jaringan (daring). Masyarakat dapat dengan mudah berbelanja secara *online* menggunakan aplikasi dari *mobile phone*. Akibatnya masyarakat dengan mudahnya berbelanja apapun yang diinginkannya tanpa memperdulikan kebutuhan yang diinginkan. Akibatnya masyarakat cenderung berperilaku konsumtif dengan berbelanja secara berlebihan. Atas dasar itu, dapat dinyatakan perilaku konsumtif sudah melekat terhitung sejak *online shop* mulai mengembangkan eksistensinya (Rahayu, *et.al*, 2019:545).

Akibat *online shop* seseorang menjadi terpengaruh secara psikologis karena banyak melihat etalase dan transaksi produk atau barang-barang yang secara luas ada di berbagai *market place* sehingga memunculkan *demonstration effect*. Meningkatnya konsumsi di masa pandemi juga disebabkan karena masyarakat sebagai konsumen semakin dimanjakan dengan berbagai kemudahan dalam hal transaksi dari proses pembayaran dan pengiriman. Akibatnya mereka membeli barang di luar kewajaran dan kebutuhan atau lebih didorong oleh faktor keinginan.

Hasil survei yang dilakukan oleh *market research* (populix) dalam (Rahmawati *et.al*, 2021: 11) bahwa masyarakat yang paling banyak bersifat konsumtif dengan melakukan belanja *online* adalah

kelompok masyarakat usia 18-28 tahun dengan 68% suara responden. Dimana rata-rata pengeluaran untuk belanja *online* berkisar Rp. 50.000-500.000. Hasil survei tokopedia dalam (Purnama, 2021:2) menunjukkan wanita yang mayoritasnya adalah mahasiswi dengan persentase 66,28% sebagai masyarakat konsumtif dengan durasi belanja yang dapat mencapai 3 kali dalam seminggu. Sedangkan laki-laki yang mayoritasnya mahasiswa hanya berjumlah 33, 72%.

Mahasiswa dipandang oleh masyarakat sebagai individu yang terpelajar dengan pemikiran yang matang, berpenampilan menarik, rapi, dan sopan santun. Pandangan inilah yang akhirnya membuat mahasiswa mengondisikan dirinya untuk tampil menarik. Mahasiswa yang ingin dianggap keberadaannya oleh lingkungan akan berusaha untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain untuk mengikuti berbagai atribut yang sedang populer (Ainunnisa, 2016:1). Perilaku konsumtif pada mahasiswa bisa disebabkan oleh efek dari bisnis periklanan dalam bentuk merek dan label sehingga di bawah sadar menanamkan prinsip “kenikmatan gengsi kemewahan” sehingga pola konsumsi dilakukan dengan mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan (Rasyid, 2019:173).

Perilaku konsumtif merupakan sebuah perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan berupa keinginan yang tidak mencapai taraf tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli di luar kebutuhan yang diperlukannya (Adiputra *et.al*,



2012:77). Hamilton dalam (Suminar *et.al*, 2015:147) menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku konsumen dalam membeli barang dan jasa yang tidak berguna atau mengkonsumsi lebih dari definisi yang masuk akal dari kebutuhan.

Perilaku konsumtif sangat berhubungan dengan status sosial. Status sosial merupakan keadaan kemasyarakatan yang selalu mengalami perubahan-perubahan melalui proses sosial. Status sosial ekonomi adalah suatu tingkatan atau kedudukan seseorang di dalam masyarakat yang dilihat dari tingkat pendidikan, tingkat pekerjaan, tingkat penghasilan dan kekayaan serta pengeluarannya. Pada dasarnya status sosial dan gaya hidup seseorang menggambarkan jiwa seseorang dan perilaku seseorang. Ekonomi yang baik maupun buruk dapat memengaruhi gaya hidup seseorang secara drastis (Taluke *et.al*, 2021:7).

Status sosial biasanya didasarkan pada berbagai unsur kepentingan manusia dalam kehidupan bermasyarakat. Dengan status sosial seseorang dapat berinteraksi dengan baik terhadap sesamanya, bahkan banyak dalam pergaulan sehari-hari seseorang tidak mengenal orang lain secara individu, melainkan hanya mengenal status sosialnya saja (Abdulsyani, 2012:93).

Saat ini, gaya hidup dianggap sebagai sifat atau ciri kehidupan modern. Gaya hidup berkaitan dengan kelas sosial seseorang yang mengarah kepada pola konsumsi yang spesifik. Gaya hidup dalam kelompok yang dijadikan acuan oleh seseorang dapat membentuk pola pikir maupun nilai-nilai dan perilaku

mereka sehingga ingin melakukan hal yang sama dan terpikir untuk melakukan perilaku konsumtif jika yang dijadikan pedoman orang yang berperilaku sama (Safri, 2018: 95).

Kebutuhan manusia tersusun dari suatu hierarki. Tingkat kebutuhan yang paling rendah ialah kebutuhan fisiologis ada pula kebutuhan harga diri dan tingkat tertinggi ialah kebutuhan akan perwujudan diri. Disisi lain jika diamati apabila kebutuhan perwujudan diri melebihi yang dibutuhkan maka menimbulkan sifat yang royal. Seorang manusia seharusnya memiliki pilihan ekonomi, yaitu memilih kebutuhan mana yang harus didahulukan dan kebutuhan mana yang harus ditunda (Dinar *et.al*, 2018:3). Jika manusia tidak mempunyai prinsip yang tegas dalam pemilihan kebutuhan maka akan menyebabkan kebiasaan konsumtif dan cenderung akan melakukan secara terus menerus dan kadangkala tidak melihat sisi kemampuan (Firmansyah, 2018:13).

Berdasarkan penjelasan di atas didasarkan pada survey awal yang telah dilakukan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya Program Studi Ilmu Ekonomi yang terdiri atas beberapa mahasiswa, ditemukan bahwa terdapat beberapa mahasiswa yang berperilaku konsumtif. Penilaian perilaku konsumtif menurut Mujahidah (2020:5) dapat didasarkan pada beberapa indikator yaitu mengutamakan membeli barang berdasarkan keinginan daripada kebutuhan. Ini berarti lebih mengutamakan gaya hidup (kebutuhan sekunder) daripada kebutuhan primer. Kemudian membeli barang secara berlebihan tanpa melihat kualitas dan kuantitas barang yang

dibeli terutama tergiur dengan barang yang di diskon dan bonus ditawarkan serta hanya berpedoman pada kemasan unik, lucu dan menarik yang semata-mata hanya untuk menaikkan status sosialnya dikalangan teman maupun masyarakat.

Berdasarkan penjelasan itu ada beberapa mahasiswa menggunakan pengeluaran uangnya baik yang bersumber dari diri pribadi maupun dari orang tua pada pola konsumsi yang tidak menjadi prioritas atau bisa dikatakan untuk gaya hidup. Adapun dampak negatif perilaku konsumtif antara lain menimbulkan kecemburuan sosial, mengurangi kesempatan untuk menagung dan cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dari Anggraeni *et.al* (2018: 178) status sosial ekonomi orang tua secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas negeri semarang dengan kontribusi perilaku konsumtif sebesar 31,3%. Status sosial ekonomi orang tua berpengaruh terhadap perilaku konsumtif 19,7%. Selanjutnya dari hasil penelitian Lestary (2021: 66) terhadap mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh ditemukan bahwa tidak terdapat perbedaan perilaku konsumtif ditinjau dari tingkat ekonomi orang tua, yang artinya status ekonomi orang tua tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Mengenai gaya hidup dari hasil penelitian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda oleh Alamanda (2018:273) didapati adanya pengaruh yang

signifikan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Kemudian dari penelitian Risnawati *et.al* (2018:430) terhadap mahasiswa Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta didapati bahwa gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis bermaksud membahas, meneliti dan mengkaji mengenai pengaruh status sosial ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Oleh karena itu dalam penulisan skripsi ini, penulis mengangkat judul mengenai **“Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Ilmu Ekonomi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh)”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Berapa besar status sosial ekonomi orang tua berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi?
2. Berapa besar gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi?

3. Berapa besar status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh status sosial ekonomi orang tua secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh gaya hidup secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Adapun yang menjadi manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis
  - a. Bagi penulis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai karya tulis ilmiah yang memperkaya wawasan pengetahuan dalam bidang perilaku konsumtif.

- b. Bagi perguruan tinggi, penelitian ini diharapkan menjadi referensi ilmiah untuk penelitian lain yang berkaitan.

## 2. Secara Praktik

Bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan, menyediakan informasi yang benar dan menjadi salah satu pilihan referensi untuk pengambilan keputusan dalam pemenuhan kebutuhan hidup.

### 1.5. Sistematika Pembahasan

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan awal dari penulisan skripsi yang memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

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

Bab ini menguraikan teori-teori yang melandasi penelitian yang digunakan sebagai dasar dalam melakukan analisa terhadap tinjauan pustaka yang memuat landasan teori, kerangka berfikir, serta penelitian terdahulu dan pengembangan hipotesis.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini memuat uraian tentang jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data dan teknik perolehannya, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas secara lebih mendalam tentang menguraikan pengolahan data dengan alat analisis yang diperlukan, pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil analisis.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi penutup yang berisi kesimpulan dari pengaruh secara parsial status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif serta pengaruh secara simultan status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa studi Ilmu Ekonomi.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1. Perilaku Konsumtif**

##### **2.1.1. Pengertian perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif sering kali dikaitkan dengan aktivitas mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan. Konsumsi secara berlebihan ini menurut Veblen dalam (Suminar *et.al*, 2015: 147) mengacu pada perilaku konsumen yang membeli barang-barang mahal untuk menunjukkan kekayaan dan status sosial, bukan untuk memenuhi kebutuhan yang sebenarnya. Definisi menurut Veblen ini dikenal dengan istilah *conspicuous consumption* atau konsumsi berlebihan.

Berdasarkan penjelasan-penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku membeli suatu produk secara berlebihan tanpa memperhatikan manfaat dan kebutuhan dari barang yang dibeli. Perilaku ini jelas merupakan perilaku yang harus dihindari karena akan memberikan permasalahan kedepannya akibat ketidakmampuan mengontrol diri sendiri.

##### **2.1.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif**

Menurut Engel (2002) dalam (Chrisnawati *et.al*, 2011:7). Adapun yang menjadi faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

1. Faktor internal, terdiri atas:

- a. Motivasi, merupakan suatu konsep yang dipakai untuk menerangkan kekuatan-kekuatan yang ada pada organisme untuk memunculkan dan mengarahkan tingkah lakunya.
- b. Proses belajar dan pengalaman. Konsumen mengamati dan mempelajari stimulus yang berupa informasi-informasi yang diperolehnya. Hasil dari pengamatan dan proses belajar tersebut dipakai konsumen sebagai referensi untuk membuat keputusan dalam pembelian.
- c. Kepribadian dan konsep diri. Kepribadian merupakan pola perilaku yang konstan dan menetap pada individu.
- d. Keadaan ekonomi. Pilihan terhadap suatu produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang. Orang yang memiliki ekonomi rendah akan menggunakan uangnya secara cermat dibandingkan orang yang berekonomi tinggi.
- e. Gaya hidup. Gaya hidup merupakan pola konsumsi yang merefleksikan pilihan seseorang tentang bagaimana individu tersebut menghabiskan waktu dan uang.
- f. Sikap, sikap merupakan pengaruh bagi perilaku-perilaku sosial. Sikap memiliki 3 komponen yaitu kognitif, afektif dan konatif yang diperoleh seseorang dari belajar.

2. Faktor eksternal terdiri atas:

- a. Faktor kebudayaan merupakan keadaan sistem nilai budaya, adat istiadat dan cara hidup masyarakat yang

mengelilingi kehidupan seseorang, anggota dalam budaya yang sama (Suawa *et.al*, 2019:5197).

- b. Faktor kelas sosial merupakan kelompok-kelompok relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun dalam suatu hierarki dan keanggotaannya mempunyai sistem nilai, minat dan perilaku yang serupa.
- c. Faktor keluarga yaitu unit sosial terkecil yang memberikan contoh fundamental yang utama bagi perkembangan individu.
- d. Kelompok acuan, merupakan suatu kelompok orang yang mempengaruhi sikap, pendapat, norma dan perilaku konsumen.

Berdasarkan penjelasan di atas, lebih lanjut menurut Kotler (2018:144) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terdiri dari empat faktor yaitu:

1. Faktor kebudayaan sebagai faktor yang memberikan pengaruh paling luas dan dalam pada tingkah laku konsumen.
2. Faktor sosial dapat dipengaruhi oleh interaksi antara sesama konsumen dalam kelompok.
3. Faktor pribadi didefinisikan sebagai karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain.
4. Faktor psikologis sebagai bagian dari pengaruh lingkungan dimana ia tinggal dan hidup pada waktu sekarang.

### 2.1.3. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Arum *et.al* (2021: 97) menyatakan ada beberapa aspek dalam perilaku konsumtif yaitu:

1. Pemenuhan keinginan yaitu orang berperilaku konsumtif dikarenakan keinginan semata bukan berdasarkan kebutuhan.
2. Barang di luar jangkauan yakni membeli barang cenderung melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan pemikiran rasional karna lebih memenuhi keinginan semata dan memaksa individu.
3. Membeli barang diluar kemampuan finansialnya yaitu membeli barang diluar kontrol diri sehingga membeli barang di batas kewajaran.
4. Barang tidak produktif yaitu tidak melihat lebih lanjut fungsi dan manfaat dari barang yang akan dibeli
5. Status yaitu membeli barang untuk menaikkan kedudukan di dalam masyarakat.

Selanjutnya Mujahidah (2020:3) menyatakan ada empat perilaku konsumtif yaitu:

1. Aspek pembelian yang berlebihan yaitu konsumen tidak dapat lagi membedakan antara kebutuhannya dan keinginannya.
2. Aspek pembelian tanpa berpikir dengan matang yaitu membeli barang tanpa melihat manfaat dari barang yang dibelinya.
3. Aspek pembelian untuk pemenuhan keinginan yaitu perilaku dimana timbulnya keinginan untuk membeli suatu barang yang kurang diperlukan untuk memenuhi kepuasan pribadi.

4. Aspek pembelian tanpa direncanakan yaitu membeli suatu barang tanpa membuat perencanaan terlebih dahulu sehingga membeli yang tidak dibutuhkan.

Rasimin (1995) dalam Fitriani (2016:3) juga menyatakan aspek-aspek dalam perilaku konsumtif antara lain sebagai berikut:

1. Aspek motif, meliputi dorongan-dorongan irasional dan emosional.
2. Aspek mode, meliputi macam-macam barang yang sedang populer di kalangan banyak orang.
3. Aspek *inferiority complex*, mengenai masalah harga diri yang rendah, kurang percaya diri, dan gengsi.

#### **2.1.4. Indikator Perilaku Konsumtif**

Ada beberapa indikator dalam perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah. Pembelian barang tidak lagi melihat manfaatnya 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 produk demi menjaga penampilan gengsi. Sipunga *et.al* (2014:65) mengemukakan bahwa individu ingin bisa tampil berbeda diantara teman-teman sebayanya sehingga menjadikannya terlihat lebih bergengsi.

4. Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat). Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.
5. Membeli produk hanya sekadar menjaga simbol atau status. Individu menganggap barang yang digunakan adalah suatu simbol dari status sosialnya.
6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk. Konformitas yang dibentuk dalam sebuah grup juga menurut Fitriyani *et.al* (2013: 61) bisa menyebabkan munculnya perilaku konsumtif karena keikutsertaan dalam kelompok.
7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri. Individu membeli barang atau produk bukan berdasarkan kebutuhan tetapi karena memiliki harga yang mahal untuk menambah kepercayaan dirinya.
8. Keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda. Konsumen akan cenderung menggunakan produk dengan jenis yang sama dengan merek yang lain dari produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

Mujahidah (2020:5) menyebutkan indikator perilaku konsumtif terdiri atas:

1. Mengutamakan membeli barang berdasarkan keinginan daripada kebutuhan
2. Membeli barang secara berlebihan yaitu dengan membeli barang tanpa kuantitas dari barang yang sudah dimiliki
3. Membeli barang karena kemasan unik, lucu dan menarik
4. Membeli barang untuk pemenuhan gaya hidup agar tidak ketinggalan zaman
5. Membeli barang untuk menaikkan status sosial
6. Membeli barang karena diskon dan bonus yang ditawarkan.

Sipunga, *et.al* (2014:65) juga menyatakan ada beberapa indikator perilaku konsumtif yaitu:

1. Ingin tampak berbeda dengan orang lain yaitu ingin menunjukkan penampilan yang berbeda dari temannya.
2. Kebanggaan diri yaitu konsumen akan bangga apabila bisa memiliki barang yang berbeda dengan orang lain atau teman sebayanya, terlebih lagi apabila barang tersebut mampu menandingi milik orang lain.
3. Ikut-ikutan yaitu berperilaku konsumtif hanya sekedar ikut-ikutan karena terpengaruh lingkungan, teman-teman atau media elektronik dan demi mengejar gengsi semata agar terlihat berkelas dihadapan teman-temannya.



4. Pencapaian status sosial yakni konsumen menggunakan *handphone* terbaru, pakaian bermerk, dan barang-barang lain yang mudah terlihat sebagai simbol status dimiliki.

## 2.2. Status Sosial Ekonomi

### 2.2.1. Pengertian Status Sosial Ekonomi

Kata ekonomi pertama kali digunakan oleh xenophone, seorang ahli filsafat Yunani. Istilah ekonomi berasal dari suku kata yunani yaitu: *oikos* dan *nomos* yang artinya pengaturan rumah tangga. Dengan demikian, secara sederhana ekonomi dapat diartikan sebagai kaidah-kaidah, aturan-aturan, cara pengelolaan rumah tangga (Dinar *et.al*, 2018: 2).

Status sosial biasanya didasarkan pada berbagai unsur kepentingan manusia dalam kehidupan bermasyarakat, yaitu status pekerjaan, status dalam sistem kekerabatan, status jabatan dan status agama yang dianut. Dengan status seseorang dapat berinteraksi dengan baik terhadap sesamanya, bahkan banyak dalam pergaulan sehari-hari seseorang tidak mengenal orang lain secara individu, melainkan hanya mengenal statusnya saja (Abdulsyani, 2012: 93).

Menurut Soerjono Soekanto (2002) dalam (Wijianto, *et.al*, 2016: 192) status sosial merupakan tempat seseorang secara umum dalam masyarakatnya yang berhubungan dengan orang-orang lain, hubungan dengan orang lain dalam lingkungan pergaulannya, prestisenya dan hak-hak serta kewajibannya. Status sosial ekonomi

berarti kedudukan suatu individu dan keluarga berdasarkan unsur-unsur ekonomi.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dinyatakan bahwa status sosial ekonomi adalah tinggi rendahnya *prestise* yang dimiliki seseorang berdasarkan kedudukan yang dipegangnya dalam suatu masyarakat berdasarkan pada pekerjaan untuk memenuhi kebutuhannya atau keadaan yang menggambarkan posisi atau kedudukan suatu keluarga masyarakat berdasarkan kepemilikan materi. Status sosial ekonomi seseorang dapat didasarkan pada beberapa unsur kepentingan manusia dalam kehidupannya, status dalam kehidupan masyarakat, yaitu status pekerjaan, status dalam sistem kekerabatan, status jabatan dan status agama yang dianut.

### **2.2.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Status Sosial Ekonomi**

Wijianto *et.al* (2016: 193-194) menyatakan bahwa status sosial ekonomi masyarakat dapat dilihat dari beberapa faktor yang mempengaruhi, yaitu:

#### **1. Pekerjaan**

Manusia adalah makhluk yang berkembang dan makhluk yang aktif. Manusia disebut sebagai makhluk yang suka bekerja, status sosial ekonomi dari segi pekerjaan terbagi tiga yaitu:

- a. Pekerjaan yang berstatus tinggi, yaitu tenaga ahli teknik dan ahli jenis, pemimpin ketatalaksanaan dalam suatu instansi

baik pemerintah maupun swasta, tenaga administrasi tata usaha.

- b. Pekerjaan yang berstatus sedang, yaitu pekerjaan di bidang penjualan dan jasa.
  - c. Pekerjaan yang berstatus rendah, yaitu petani dan operator alat angkut atau bengkel.
2. Pendidikan, mempunyai peran penting dalam kehidupan manusia, pendidikan dapat bermanfaat seumur hidup manusia.
  3. Pendapatan adalah uang yang diterima oleh seseorang dalam bentuk gaji, upah sewa, bunga, laba dan lain sebagainya.
  4. Jumlah tanggungan orang tua, proses pendidikan anak dipengaruhi oleh keadaan keluarga
  5. Pemilikan, pemilikan barang-barang yang berhargapun dapat digunakan untuk ukuran tersebut.
  6. Jenis tempat tinggal, untuk mengukur tingkat sosial ekonomi seseorang dari rumahnya, dapat dilihat dari:
    - a. Status rumah yang ditempati.
    - b. Kondisi fisik bangunan.
    - c. Besarnya rumah yang ditempati.

Taluke (2021:10) menyatakan faktor yang mempengaruhi status sosial ekonomi adalah:

1. Faktor keluarga adalah keluarga adalah lembaga terkecil di masyarakat. Keluarga merupakan bagian dari masyarakat, bagian ini menentukan kesejahteraan keluarga.

2. Suasana tempat tinggal yaitu dilihat dari kondisi fisik tempat tinggal dan lingkungannya.
3. Faktor lain diluar lingkungan keluarga seperti pendidikan.

Indrawati (2015:54) menyatakan faktor yang dapat mempengaruhi tinggi rendahnya ukuran status ekonomi di masyarakat di antaranya mencakup tiga hal yaitu:

1. Pendidikan adalah aktivitas dan usaha untuk meningkatkan kepribadian dengan jalan membina potensi pribadinya.
2. Pekerjaan yang artinya pekerjaan seseorang akan mempengaruhi kehidupan pribadinya.
3. Pendapatan yang diterima oleh masyarakat akan dipengaruhi oleh tingkat pendidikan yang dimilikinya.

### **2.2.3. Ukuran Status Sosial Ekonomi**

Setiap orang menunjukkan simbol tertentu yang dapat memperlihatkan kedudukan status sosial ekonomi yang dapat membedakan dengan orang lain dalam lingkungan masyarakat. Komponen pokok kedudukan sosial ekonomi meliputi ukuran kekayaan, ukuran kekuasaan, ukuran kehormatan, ukuran ilmu pengetahuan. Sebagaimana penjelasannya sebagai berikut:

1. Ukuran kekayaan. Kekayaan merupakan determinan kelas sosial yang penting disebabkan oleh perannya dalam memberikan gambaran tentang latar belakang keluarga dan cara hidup seseorang.

2. Ukuran kekuasaan. Seseorang yang memiliki kekuasaan atau wewenang yang besar akan masuk pada lapisan atas dan yang tidak memiliki kekuasaan maka masuk dalam lapisan bawah.
3. Ukuran kehormatan. Rastillah (2020:106) menyebutkan biasanya kelompok masyarakat yang terhormat ini menekankan arti pentingnya akar sejarah yang dijadikan dasar pembener mengapa kelompok mereka memiliki kedudukan yang istimewa didalam masyarakat. Seorang keturunan bangsawan biasanya selalu tampil terhormat di dalam masyarakat.
4. Ukuran ilmu pengetahuan. Biasa dipakai oleh masyarakat yang menghargai ilmu pengetahuan. Walau kadang masyarakat salah persepsi karena masyarakat hanya meninjau dari segi gelar yang diperoleh seseorang saja, sehingga dapat menimbulkan kecurangan yang mana seseorang yang ingin berada dalam lapisan atas akan menghalalkan segala cara dalam memperoleh gelar yang dikehendaki.

Darmawan (2017:19) untuk dapat mengukur status sosial ekonomi dapat dilihat melalui:

1. Tingkat pendidikan orang tua berpengaruh pada kelanjutan sekolah anak mereka orang tua yang memiliki pendidikan yang tinggi mempunyai dorongan atau motivasi yang besar untuk menyekolahkan anak mereka.
2. Tingkat penghasilan yaitu berupa uang yang diterima sebagai balas jasa dari kegiatan baik dari sektor formal dan informal

selama satu bulan dalam satuan rupiah. Besar kecilnya pendapatan tergantung jenis pekerjaan yang digeluti

3. Fasilitas khusus dan barang-barang berharga yang dimiliki misalnya kendaraan, rumah dan lain sebagainya.

Ukuran status sosial ekonomi menurut Ujang (2011) dalam Lisnawati (2019:4) dapat dilihat dengan:

1. Ukuran kekayaan, semakin kaya seseorang, maka akan tinggi tingkat status seseorang di dalam masyarakat.
2. Ukuran kekuasaan, semakin tinggi dan banyak wewenang seseorang dalam masyarakat, maka semakin tinggi tingkat status ekonomi seseorang tersebut.
3. Ukuran kehormatan, orang yang disegani di masyarakat akan ditempatkan lebih tinggi dari orang lain dalam masyarakat.
4. Ukuran ilmu pengetahuan, ilmu pengetahuan sebagai ukuran dipakai oleh masyarakat yang menghargai ilmu pengetahuan.

#### **2.2.4. Indikator Status Sosial Ekonomi**

Abdulsyani (2012:73) menyatakan bahwa ada 3 (tiga) indikator yang sering digunakan untuk mengukur status sosial ekonomi manusia yaitu sebagai berikut:

1. Tingkat pendidikan yaitu tahapan pendidikan yang ditempuh oleh tiap-tiap manusia.
2. Tingkat pendapatan yaitu pemasukan yang didapati oleh tiap-tiap manusia. Chotimah, *et.al* (2017:120) menyatakan keluarga yang memiliki status sosial ekonomi kurang mampu, akan

cenderung untuk memikirkan bagaimana pemenuhan kebutuhan pokok, sehingga kebutuhan lainnya tidak begitu terpikirkan.

3. Tingkat pekerjaan yaitu tipe pekerjaan yang dijalani oleh setiap manusia. Pekerjaan tidak hanya mempunyai nilai ekonomi namun sebagai usaha manusia untuk mendapatkan kepuasan dan mendapatkan imbalan, berupa barang atau jasa guna memenuhi kebutuhan hidupnya.

Menurut Chotimah *et.al* (2017:214) menyatakan indikator status ekonomi adalah:

1. Tingkat pendidikan orang tua berupa pendidikan formal dan informal yang pernah diperoleh oleh orangtua.
2. Pekerjaan orang tua yaitu profesi yang dijalani oleh orangtua yang mempengaruhi status ekonomi sebuah keluarga
3. Penghasilan yaitu jumlah pendapatan yang didapatkan oleh seseorang.

## **2.3. Gaya Hidup**

### **2.3.1. Pengertian Gaya Hidup**

Paendong, *et.al* (2016:387) mengemukakan gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” yang berinteraksi dengan lingkungannya. Dwiastuti *et.al* (2012:75) menyatakan gaya hidup mempengaruhi perilaku seseorang dan pada akhirnya menentukan pilihan-pilihan konsumsi orang tersebut.



Menurut Kasali dalam Dwiastuti *et.al* (2012:75), gaya hidup pada prinsipnya adalah bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uangnya. Solomon (1999) menyebutkan, “*life style refers to pattern of consumption reflecting a person’s choices of he or she spend time and money*”. Demikian pula Mowen dan Miror (2002), mengungkapkan hal yang senada bahwa “*lifestyle denotes how people live, how they spend their money and how they allocate their time*”.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah perilaku hidup seseorang yang mempengaruhi dirinya dalam menentukan konsumsinya dilihat dari pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, dan kegiatan sosial serta hal-hal lain yang dilakukan dalam sehari-hari.

### **2.3.2. Jenis Gaya Hidup**

Gaya hidup konsumen terdiri dari berbagai macam jenis, yang tentu saja berbeda satu dengan yang lainnya. Secara umum, Priansa, (2017:185) mengemukakan beberapa jenis gaya hidup konsumen terdiri dari:

1. Gaya hidup mandiri merupakan salah satu fenomena yang populer dalam kehidupan perkotaan. Produsen harus memahami dengan baik terkait dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan gaya hidup yang mandiri.
2. Gaya hidup modern adalah sebuah proses yang terus berlangsung dari masa kemasa dan menghasilkan berbagai produk berupa pola hidup. Gaya hidup modern ini



mengakibatkan sarat akan penggunaan teknologi dan informasi digital.

3. Gaya hidup sehat yaitu konsumen dengan gaya hidup sehat senang menggunakan peralatan kebugaran dan olahraga. Konsumen seperti ini senang mengonsumsi makanan yang sehat dan sangat kritis ketika mengonsumsi produk.
4. Gaya hidup hedonis. Menurut Susianto (1993) gaya hidup hedonis adalah pola hidup yang mengarahkan aktivitas untuk mencari kesenangan hidup seperti lebih banyak bermain, senang di keramaian kota, senang membeli barang-barang mahal untuk memenuhi kesenangannya dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.
5. Gaya hidup hemat adalah konsumen yang mampu berpikir secara ketat terkait dengan pengelolaan keuangan yang dilakukannya. Sebelum mengonsumsi produk, ia membandingkan terlebih dahulu harga di tempat yang satu dengan di tempat lainnya.
6. Gaya hidup bebas adalah sebuah seni yang dibudayakan setiap orang. Gaya hidup juga merupakan refleksi dari perkembangan zaman. Pilihan gaya hidup seseorang merupakan pilihan bagaimana dan seperti apa menjadi anggota dalam masyarakat.

Menurut Mowen dan Minor (2010) dalam (Sumarwan, 2011:45) terdapat sembilan jenis gaya hidup yaitu sebagai berikut:

1. *Funcionalists*. Menghabiskan uang untuk hal-hal yang penting. Pendidikan rata-rata, pendapatan rata-rata.

2. *Nurturers*. Muda dan berpendapatan rendah. Mereka berfokus pada membesarkan anak, baru membangun rumah tangga dan nilai-nilai keluarga.
3. *Aspirers*. Berfokus pada menikmati gaya hidup tinggi dengan membelanjakan sejumlah uang di atas rata-rata.
4. *Experientials*. Membelanjakan jumlah di atas rata-rata terhadap barang-barang hiburan, hobi, dan kesenangan (*convenience*). Pendidikan rata-rata, tetapi pendapatannya di atas rata-rata karena mereka adalah pekerja kantor.
5. *Succeeders*. Rumah tangga yang mapan. Berusia setengah baya dan berpendidikan tinggi. Menghabiskan banyak waktu pada pendidikan dan kemajuan diri.
6. *Moral majority*. Pengeluaran yang besar untuk organisasi pendidikan, masalah politik dan keagamaan. Berada pada tahap *empty-nest*.
7. *The golden years*. Kebanyakan adalah para pensiunan, melakukan pengeluaran yang besar pada produk-produk padat modal dan hiburan.
8. *Sustainers*. Kelompok orang dewasa dan tertua. Sudah pensiun. Tingkat pendapatan terbesar dibelanjakan untuk kebutuhan sehari-hari. Pendidikan rendah, pendapatan terendah kedua.
9. *Subsisters*. Tingkat sosial ekonomi rendah dengan persentase kehidupan pada kesejahteraan di atas rata-rata.

Jenis-jenis gaya hidup menurut Chaney (dalam Ibrahim, 2011:56) adalah:

1. Iklan gaya hidup. Iklan merepresentasikan gaya hidup dengan menanamkan secara halus arti pentingnya citra diri untuk tampil di muka publik.
2. *Public relations* dan jurnalisme gaya hidup. Pemikiran masyarakat dalam dunia promosi sampai pada kesimpulan bahwa dalam budaya berbasis digital para selebriti membantu dalam pembentukan identitas dari para konsumen kontemporer.
3. Gaya hidup mandiri. Dengan gaya hidup mandiri, budaya konsumerisme tidak lagi memenjarakan manusia. Manusia akan bebas dan merdeka untuk menentukan pilihannya secara bertanggung jawab
4. Gaya hidup hedonis. Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disenanginya.

### **2.3.3. Pendekatan Gaya Hidup**

Menurut Dwiastuti, *et.al* (2012: 76-77) ada 2 (dua) pendekatan yang dapat digunakan untuk melihat gaya hidup seseorang yaitu:

#### **1. Pendekatan AIO**

Pendekatan AIO menurut Utomo *et.al* (2017:25) lebih mudah untuk diterapkan dengan menggunakan ketiga variabelnya yaitu aktivitas (*activity*), minat (*interest*), dan pendapat (*opinion*). Joseph Plumer (1974) mengatakan bahwa segmentasi gaya hidup mengukur aktivitas-aktivitas manusia dalam hal:

- a. Bagaimana mereka menghabiskan waktunya
  - b. Minat mereka, apa yang dianggap penting di sekitarnya
  - c. Pandangan-pandangannya baik terhadap diri sendiri, maupun terhadap orang lain
  - d. Karakter-karakter dasar seperti tahap yang mereka pernah lalui dalam kehidupan (*lifestyle*), penghasilan, pendidikan dan dimana mereka tinggal.
2. Pendekatan VALS (*Value and Lifestyles*)

VALS merupakan sebuah metode segmentasi pasar yang bersifat psikografis, diciptakan pada tahun 1970 untuk menerangkan dan memprediksi nilai dan gaya hidup serta konsumsi masyarakat Amerika Serikat yang dikembangkan dengan menggunakan gabungan beberapa teori yang kemudian disebut dengan riset VALS. Teori-teori tersebut dalam (Amirullah, *et.al* 2020:4) adalah :

- a. Teori hirarki kebutuhan manusia (*need hierarchy*) teori ini dikembangkan oleh Maslow, menurut teori ini, ada lima tingkat kebutuhan yang dilalui oleh manusia, yaitu kebutuhan fisik dasar, rasa aman, memiliki, esteem dan aktualisasi diri. VALS mengidentifikasi nilai-nilai yang dianut masyarakat pada setiap kebutuhan tersebut
- b. Teori tentang dorongan-dorongan kepribadian (*The Inner and Outer Directed Personality Theory*), teori ini diperkenalkan oleh Riesman, Glazer dan Denney.

*Terminology other directed* kemudian oleh VALS diubah menjadi *outer directed* (dorongan dari luar).

Septiyaningrum, *et.al* (2016:2-3) pendekatan gaya hidup yaitu dilakukan dengan psikografis (*psychographic*) merupakan konsep menyangkut kepuasan konsumen terkait dengan gaya hidup. Psikografis merupakan instrumen untuk mengukur gaya hidup yang memberikan pengukuran kuantitatif. Konsumen membeli barang dan jasa dapat dilandasi karena tiga hal yaitu:

1. Kegiatan (*activities*) adalah aktifitas meminta kepada konsumen untuk mengidentifikasi apa yang mereka lakukan.
2. Minat (*interest*) adalah faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Setiap perusahaan dituntut untuk memahami minat dan hasrat para pelanggannya.
3. Opini (*opinion*) yaitu menyelidiki pandangan dan perasaan mengenai topik-topik peristiwa dunia dan trend yang sedang terjadi.

Nugroho (2018:2) menyatakan pendekatan gaya hidup dapat dilakukan dengan 3 hal yaitu:

1. *Value* yaitu manfaat yang diterima oleh konsumen baik *tangible* maupun *intangible*
2. *Attitude* yaitu sikap seseorang terhadap apa yang dihadapinya
3. *Lifestyle* yaitu pola seseorang dalam mengelola waktu dan uangnya.

### 2.3.4. Indikator Gaya Hidup

Terdapat tiga indikator gaya hidup seseorang yaitu sebagai berikut:

1. Kegiatan (*activity*). Prasetijo (2014) menyatakan kegiatan adalah apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang.
2. Minat (*interest*). Minat adalah pilihan dan prioritas konsumen. Jadi, minat merupakan apa yang konsumen anggap menarik untuk meluangkan waktu dan mengeluarkan uang. Minat merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan.
3. Opini (*opinion*) adalah pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif.

Plummer dan Assael (2007) dalam Fitri *et.al* (2021:186) indikator gaya hidup adalah sebagai berikut:

1. *Activity can be measured with indicators such as work, hobbies, social events, vacations, entertainment, club members, community, shopping, and sports.*

2. *Interest can be measured with indicators such as family, home, work, community, recreation, clothing, food, media, and achievement*
3. *Opinions can be measured by indicators such as themselves, social problems, politics business, economy, education, products, future, and culture.*

Sumarwan (2011:45) juga mengemukakan ada tiga indikator gaya hidup yaitu:

1. Kegiatan merupakan apa yang sering dilakukan oleh konsumen sehingga mempengaruhi gaya hidupnya
2. Minat adalah apa yang dianggap menarik dan mampu dilakukan oleh konsumen
3. Opini merupakan pendapat konsumen tentang peristiwa yang telah atau yang akan terjadi dalam hidup terutama mencakup gaya hidupnya.

#### **2.4. Keterkaitan Variabel**

##### **2.4.1. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif**

Anggraeni *et.al* (2018:178) status sosial ekonomi orang tua secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas negeri semarang dengan kontribusi perilaku konsumtif sebesar 31,3%. Hasil penelitian Lisnawati (2019) menunjukkan bahwa secara parsial status sosial ekonomi orang tua berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi



angkatan 2015-2018 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. Sementara penelitian Lestary (2021: 66) terhadap mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh ditemukan bahwa tidak terdapat perbedaan perilaku konsumtif ditinjau dari tingkat ekonomi orang tua, yang artinya status ekonomi orang tua tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan penjelasan di atas, status sosial ekonomi jika dilihat dari segi literasi ekonomi merupakan kemampuan untuk menggunakan konsep dasar ekonomi dan cara berpikir kritis dalam pembuatan keputusan ekonomi. Literasi ekonomi dapat membuat seseorang menjadi cerdas dalam mengelola sumber daya ekonomi untuk mencapai kesejahteraan dengan cara mengaplikasikan konsep ekonomi tersebut. Berarti status sosial ekonomi berpengaruh atau tidaknya terhadap perilaku konsumtif harus melihat pada cara berpikir dan bertindak seseorang dalam memenuhi segala kebutuhan hidupnya (Lisnawati, 2019:6).

#### **2.4.2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif**

Dari hasil penelitian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda oleh Alamanda (2018:273) didapati adanya pengaruh yang signifikan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Kemudian dari penelitian Fitri *et.al* (2021:183) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumen pada generasi milenial di era pandemi covid-19. Risnawati *et.al* (2018:430) terhadap



mahasiswa Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta didapati bahwa gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan penjelasan di atas Meganingrum *et.al*, (2017: 367) menyebutkan bahwa perilaku konsumtif dengan melakukan tindakan membeli barang yang tidak terlalu diperlukan secara berlebihan dan semata-mata untuk mencari kepuasan, kesenangan fisik serta sekedar mencoba sesuatu yang baru diukur jika dilihat dari aspek-aspek impulsif, pembelian tidak rasional dan pemborosan dapat menimbulkan gaya hidup yang tidak baik karena lebih mengutamakan konsumsi sekunder daripada kebutuhan primer.

## **2.5. Penelitian Terkait**

Penelitian tentang pengaruh status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif telah dilakukan oleh beberapa peneliti, berikut di antaranya:

1. Auliya (2017) dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Pendidikan Guru RA (PGRA) IAIN Purwokerto)” menunjukkan bahwa variabel bebas status sosial ekonomi orang tua (X) berpengaruh secara signifikan positif terhadap tingkat konsumtif (Y) dengan ditunjukkan oleh perolehan F hitung yang lebih besar dari pada F

tabel dengan menggunakan uji F. Artinya semakin tinggi status sosial ekonomi orang tua maka semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa.

2. Hasnira (2017) dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Masyarakat Wahdah Islamiyah Makassar” menunjukkan bahwa variabel bebas pendapatan (X1) dan gaya hidup (X2) berpengaruh secara simultan terhadap pola konsumsi (Y) dengan ditunjukkan oleh perolehan F hitung yang lebih besar dari F tabel atau  $54,187 > 3,090$  dengan tingkat signifikansi 5%. Serta dengan berdasarkan uji t menunjukkan variabel pendapatan (X1) dan gaya hidup (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi masyarakat Wahdiyah Makassar dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yakni 1,984.
3. Astuti (2016) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi, dan *Life Style* Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro” menunjukkan bahwa berdasarkan perhitungan secara simultan pengaruh variabel bebas yaitu status sosial ekonomi orang tua (X1), literasi ekonomi (X2), dan *life style* (X3) terhadap variabel terikat yaitu perilaku konsumsi (Y), pada taraf signifikansi 5%, diperoleh nilai Fhitung sebesar 3589,230 dengan nilai signifikansi F sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi  $0,000 <$

0,05, dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu status sosial ekonomi orang tua (X1), literasi ekonomi (X2), dan life style (X3) berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat yaitu perilaku konsumsi (Y).

4. Wahidah (2014) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN”, menunjukkan bahwa variabel bebas tingkat konsumtif (X) berpengaruh secara signifikan terhadap gaya hidup (Y) dengan ditunjukkan oleh perolehan F hitung yang lebih besar dari F tabel dengan menggunakan uji F. Koefisien Determinasi pada penelitian ini menunjukkan kontribusi pengaruh variabel bebas (X) yaitu perilaku konsumtif terhadap variabel terikat (Y) yaitu gaya hidup sebesar 51,4% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain seperti kepribadian, konformitas, dan teman sebaya.
5. Alfiati (2014) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas XI IPS MAN Sidoarjo”, menunjukkan bahwa variabel status sosial ekonomi orang tua (X1) dan kelompok teman sebaya (X2) berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumsi siswa kelas XI IPS MAN Sidoarjo sebesar 15,24% sementara 84,76% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian tersebut.

Berikut adalah daftar tabel mengenai penelitian terkait:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terkait**

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Auliya (2017) Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Pendidikan Guru RA (PGRA) IAIN Purwokerto	Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda	Dalam penelitiannya menyatakan bahwa Status sosial ekonomi orangtua berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswi	Persamaan: jenis penelitian, dan rumusan masalah yang digunakan sama Perbedaan: Subyek penelitian berbeda
2.	Hasnira (2017) Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Wahdah Islamiyah Makassar	Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda	Dari hasil penelitian menunjukkan pendapatan dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi masyarakat makassar	Persamaan: jenis penelitian dan sama-sama menjelaskan mengenai pengaruh gaya hidup terhadap pola konsumsi Perbedaan: subyek penelitian dan rumusan masalah
3.	Astuti (2016) Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi dan <i>Life Style</i> Terhadap	Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda	Semua variabel $x$ berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, baik secara parsial maupun secara simultan	Persamaan: jenis penelitian dan tujuan penelitian Perbedaan: subyek penelitian dan fokus penelitian

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
	Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro			
4.	Wahidah (2014) Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN	Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana	Dari hasil penelitiannya menunjukkan terdapat pengaruh perilaku konsumtif terhadap gaya hidup mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP Untan	Persamaan: sama-sama untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumtif terhadap gaya hidup mahasiswa Perbedaan: metode penelitian dan subyek penelitian
5.	Alfiati (2014) Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas XI IPS MAN Sidoarjo	Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.	Berdasarkan hasil penelitiannya Semua variabel X berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa, baik secara parsial maupun secara simultan	Persamaan: pendekatan penelitian dan sama-sama untuk mengetahui pengaruh status sosial ekonomi terhadap perilaku konsumsi. Perbedaan: subyek penelitian.

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2022.

## 2.6. Kerangka Pemikiran

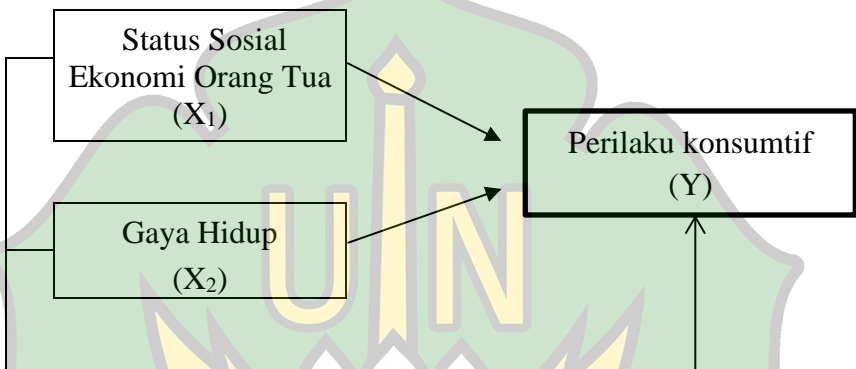
Di era globalisasi seperti sekarang ini dengan semakin berkembangnya teknologi, gaya hidup, dan ekonomi telah mempengaruhi pola kehidupan masyarakat termasuk pola perilaku konsumsi mahasiswa. Mahasiswa adalah remaja tingkat akhir dengan kecenderungan berkonsumsi tinggi. Mahasiswa mengkonsumsi suatu barang atau jasa bukan hanya karena mereka butuh namun karena aspek “lapar mata” yang sering terjadi saat mahasiswa melakukan konsumsi merupakan indikasi perilaku konsumtif.

Mahasiswa menjadi konsumtif salah satunya dipengaruhi oleh status sosial ekonomi orang tua mereka. sosial ekonomi (kelas sosial) seseorang akan mempengaruhi pola konsumsinya. Hal ini berarti semakin tinggi status sosial ekonomi orang tuanya maka peluang untuk melakukan konsumsinya semakin banyak.

Status sosial ekonomi adalah suatu tingkatan seseorang dalam masyarakat yang dilihat dari tingkat pendidikan, pekerjaan, dan tingkat penghasilannya. Seseorang yang memiliki status sosial ekonomi yang tinggi akan berbeda dibandingkan dengan seseorang yang memiliki status sosial ekonomi yang rendah dalam hal memilih suatu barang atau jasa. Namun alangkah baiknya jika melakukan konsumsi lebih berpikir rasional dan memperhitungkan lebih cermat antara pendapatan dan pengeluaran. Terlepas dari hal tersebut, perilaku konsumtif juga dipengaruhi oleh gaya hidup.

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, maka paradigma atau hubungan antar konsep dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2.1.**  
**Kerangka Pemikiran**



## 2.7. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, landasan teoritis dan kerangka pemikiran yang telah dikemukakan sebelumnya maka penulis mengajukan dugaan atau hipotesis yaitu:

1.  $H_{01}$  : Status sosial ekonomi orang tua tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Studi Ilmu Ekonomi  
 $H_{a1}$  : Status sosial ekonomi orang tua berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Studi Ilmu Ekonomi
2.  $H_{02}$  : Gaya hidup tidak berpengaruh terhadap perilaku

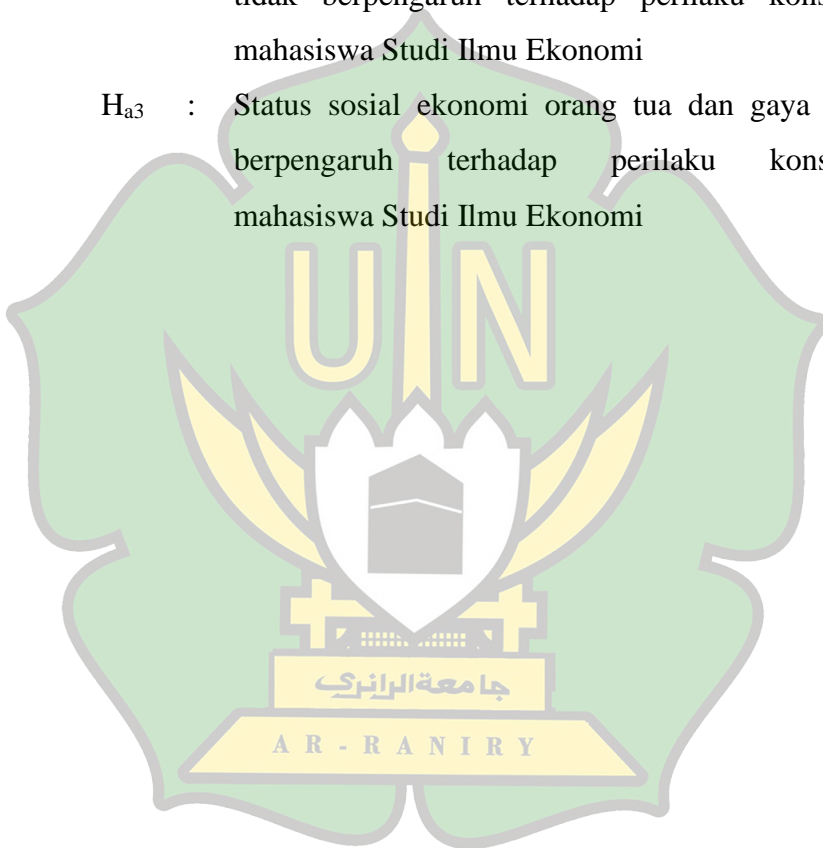


konsumtif mahasiswa Studi Ilmu Ekonomi

H<sub>a2</sub> : Gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Studi Ilmu Ekonomi

3. H<sub>03</sub> : Status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Studi Ilmu Ekonomi

H<sub>a3</sub> : Status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Studi Ilmu Ekonomi





## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Analisis deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Dalam penelitian deskriptif cenderung tidak perlu mencari atau menerangkan saling hubungan dan menguji hipotesis (Hardani *et.al*, 2020). Metode penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Demikian pula pada tahap kesimpulan penelitian akan lebih baik bila disertai dengan gambar, tabel, grafik, atau tampilan lainnya (Siyoto *et.al*, 2015: 17).

#### **3.2. Populasi Penelitian**

Populasi adalah keseluruhan gejala/satuan yang ingin diteliti (Priyono, 2016: 104). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah 550 mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

#### **3.3. Sampel Penelitian**

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota

populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Jika kita hanya akan meneliti sebagian dari populasi, maka penelitian tersebut disebut penelitian sampel.

Penentuan sampel dalam penelitian dari populasi di atas menggunakan rumus Slovin. Rumus Slovin dapat dipakai untuk menentukan ukuran sampel, dengan syarat:

1. Hanya jika penelitian bertujuan untuk yang menduga proporsi populasi
2. Rumus Slovin hanya dapat digunakan apabila diasumsikan tingkat kepercayaan 95% (tingkat signifikansi 5%)
3. Nilai galat pendugaan didasarkan atas pertimbangan peneliti.

Berdasarkan hal itu, adapun rumus Slovin adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n= Ukuran sampel

N= Ukuran Populasi

e<sup>2</sup>= eror (0,05 atau 5 %).

$$n = \frac{550}{1+550(0.1)^2} = 231 \text{ orang}$$

Berdasarkan kajian dari rumus Slovin di atas, maka dapat dinyatakan bahwa adapun sampel dalam penelitian ini berjumlah

231 orang dari 550 orang mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *stratified random sampling*, dimana teknik pengambilan sampel sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan berdasarkan tujuan penelitian. *Stratified random sampling* adalah prosedur pengambilan sampel di mana populasi target dipisahkan menjadi segmen (strata) yang unik dan homogen, dan kemudian sampel acak sederhana dipilih dari setiap segmen (stratum). Sampel terpilih dari berbagai strata digabungkan menjadi satu sampel. Adapun pertimbangan tertentu pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah yang menjadi responden harus mahasiswa aktif Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

#### **3.4. Jenis dan Sumber Data**

Data adalah fakta empirik yang dikumpulkan oleh peneliti untuk kepentingan R memecahkan Y masalah atau menjawab pertanyaan penelitian. Data penelitian dapat berasal dari berbagai sumber yang dikumpulkan dengan menggunakan berbagai teknik selama kegiatan penelitian berlangsung. Data merupakan sesuatu yang belum mempunyai arti bagi penerimanya dan masih memerlukan adanya suatu pengolahan (Siyoto *et.al*, 2015: 67).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan

oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung. Teknik digunakan peneliti untuk mengumpulkan data primer adalah dengan penyebaran kuesioner (Siyoto *et.al*, 2015: 67-68).

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung dengan memberikan kuesioner melalui *google form* mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

### **3.5. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Hadjar menyatakan angket (kuesioner) merupakan suatu daftar pertanyaan atau pernyataan tentang topik tertentu yang diberikan kepada subyek, baik secara individual atau kelompok untuk mendapatkan informasi tertentu seperti preferensi, keyakinan, minat, dan perilaku (Syahrudin *et.al*, 2012: 135).

Berdasarkan hal itu, dapat dinyatakan bahwa kuesioner adalah lembaran pernyataan yang berdasarkan pertanyaannya terdiri dari dua bentuk yaitu kuesioner dengan pertanyaan terbuka atau kuesioner dengan pertanyaan tertutup atau kombinasi

keduanya. Pertanyaan terbuka memungkinkan penjelasan yang panjang dan mendalam sementara dalam pertanyaan tertutup jawaban unit analisis sudah dibatasi sehingga memudahkan dalam perhitungan-perhitungan (Syahrudin *et.al*, 2012: 136). Dalam penelitian ini kuesioner secara *online* akan diberikan kepada mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

### **3.6. Skala Pengukuran**

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Untuk mengukur instrument pada penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert. Skala Likert berisi pernyataan yang sistematis untuk menunjukkan sikap seorang responden terhadap pernyataan itu. Indeks ini mengasumsikan bahwa masing-masing kategori jawaban ini memiliki intensitas yang sama (Priyono, 2016: 96).

Skala yang digunakan dalam tes ini menggunakan modifikasi skala Likert dengan interval 1 s/d 5 dan 5 alternatif jawaban, dengan pemberian bobot skor jawaban yang dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.1.**  
**Tabel Skala Likert**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Kategori</b>
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2012:133)

### **3.7. Variabel Penelitian**

Variabel adalah sesuatu yang berbeda atau bervariasi yaitu sebagai simbol atau konsep yang diasumsikan sebagai seperangkat nilai-nilai. Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini menggunakan 2 (dua) variabel penelitian yaitu:

#### **3.7.1. Variabel Independen**

Sugiyono (2012: 38) menyatakan bahwa variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini yaitu status sosial ekonomi orang tua ( $X_1$ ) dan gaya hidup ( $X_2$ ).

#### **3.7.2. Variabel Dependen**

Menurut Sugiyono (2012: 39) variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu perilaku konsumtif ( $Y$ ).

### 3.8. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah bagaimana menemukan dan mengukur variabel tersebut dilapangan dengan merumuskan secara singkat dan jelas. Serta tidak menimbulkan berbagai penafsiran-penafsiran lain. Pernyataan dalam angket untuk variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan skala likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur setiap variabel yang berisi 1-5 interval jawaban. Adapun indikator operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagaimana yang tertera dalam tabel berikut:

**Tabel 3.2.**  
**Indikator Operasional Variabel**

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Status sosial ekonomi (X <sub>1</sub> )	Status sosial ekonomi berarti kedudukan suatu individu dan keluarga berdasarkan unsur-unsur ekonomi. (Wijianto, 2016).	1. Tingkat pendidikan yaitu pendidikan formal dan informal yang pernah diperoleh oleh orangtua. 2. Tingkat pendapatan yaitu pemasukan yang didapati oleh tiap-tiap manusia. 3. Tingkat pekerjaan yaitu tipe	Skala Likert (1-5)



No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
			pekerjaan yang dijalani oleh setiap manusia. Abdulsyani (2012:73)	
2.	Gaya hidup (X <sub>2</sub> )	Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” yang berinteraksi dengan lingkungannya (Paendong, 2016).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kegiatan (<i>activities</i>) adalah aktifitas meminta kepada konsumen untuk mengidentifikasi apa yang mereka lakukan.</li> <li>2. Minat (<i>interest</i>) adalah faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Setiap perusahaan dituntut</li> </ol>	Skala Likert (1-5)

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2022.

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
			3. Opini ( <i>opinion</i> ) yaitu menyelidiki pandangan dan perasaan mengenai topik-topik peristiwa dunia dan trend yang sedang terjadi. Sumarwan (2011:45)	
3.	Perilaku Konsumtif (Y)	Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli suatu produk secara berlebihan tanpa memperhatikan manfaat dari dan kebutuhan dari barang yang dibeli. (Suminar, 2015).	1. Membeli produk karena iming-iming hadiah 2. Membeli produk karena kemasannya Menarik 3. Membeli produk demi menjaga penampilan gengsi 4. Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat). 5. Membeli produk hanya	Skala Likert (1-5)

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
			<p>sekadar menjaga simbol atau status. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan</p> <p>6. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri.</p> <p>7. Keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda</p> <p>Fitriyani <i>et.al</i> (2013: 61)</p>	<p>Skala Likert (1-5)</p>

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2022.

### 3.9. Uji Instrumen Penelitian

Adapun uji instrumen yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

### 3.9.1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012: 267) uji validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian. uji validitas diperuntukkan guna mengukur terkait dengan valid atau tidaknya suatu kuesioner. Adapun rumus yang digunakan untuk uji validitas adalah:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan:

- $r_{xy}$  : Koefisiensi validitas skor butir pertanyaan  
X : Skor butir soal tertentu untuk setiap responden  
Y : Skor total (seluruh soal) untuk setiap responden  
n : Banyaknya responden data x dan y

Adapun kriteria penilaian uji validitas adalah :

1. apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel ( pada taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ ), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
2. apabila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel ( pada taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$  ), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

Berdasarkan penjelasan di atas, untuk mengetahui apakah nilai korelasi tiap pertanyaan itu signifikan, maka dapat dilihat pada tabel nilai produk moment atau menggunakan spss untuk mengujinya. Untuk butir pertanyaan yang tidak valid harus dibuang atau tidak dipakai sebagai instrumen pertanyaan.

### 3.9.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dipergunakan demi mengukur indikator dari variabel-variabel penelitian yang terdapat dalam kuesioner. Dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reabilitas menggunakan uji statistik *cronbach alpha*. Suatu variabel reliabel jika nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,6. Atas dasar itu berikut adalah rumus uji reliabilitas:

$$r_{11} = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_i^2} \right)$$

Keterangan:

$r_{11}$  : Reliabilitas

$n$  : Jumlah item yang valid

$\sum \sigma_i^2$  : Jumlah skor tiap-tiap item

$\sigma_i^2$  : Varians Total

### 3.10. Teknik Analisa Data N I R Y

Adapun teknik analisa data dalam penelitian ini adalah:

#### 3.10.1. Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2013:160). Ada dua cara untuk mendeteksi

apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan melalui analisis grafik dan uji statistik:

a. Analisis Statistik

Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *kolmogorov-smirnov* (K-S). Data residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 (Werang, 2015:141).

b. Analisis *Normal Probability Plot*

*Normal probability plot* adalah membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal Dasar pengambilan keputusan melalui analisis ini, jika data menyebar disekitar garis diagonal sebagai representasi pola distribusi normal, berarti model regresi memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2013:104).

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi ditemukan ada atau tidaknya kolerasi antar variabel bebas (*independent*). Model yang baik baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel independent. Deteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dapat dilihat dari besaran VIF (*variance inflation factor*) dan tolerance. Regresi bebas dari multikolinieritas jika besar nilai  $VIF < 10$  dan nilai  $tolerance > 0,10$  (Ghozali, 2013: 105).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bermaksud menyelidiki apakah di dalam model regresi adanya ketidaksamaan *variance* dari satu

pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas. Atau tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2013: 139).

### 3.10.2. Analisis Regresi Linear Berganda

Ghozali (2013:96) menyebutkan analisis regresi digunakan untuk menunjukkan pengaruh dan arah hubungan antara variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X) . Rumus analisis regresi berganda dalam penelitian ini menggunakan formula sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Perilaku Konsumtif

$\alpha$  : Konstanta

$\beta_1, \beta_2$  : Koefisien regresi

X1 : Status sosial

X2 : Gaya hidup

e : *error term*

### 3.10.3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan 2 (dua) uji yaitu:



### 1. Uji Parsial (Uji T)

Menurut Sugiyono (2012: 236) uji t merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, yaitu yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Rancangan pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui korelasi dari kedua variabel yang diteliti. Uji t dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dengan kriteria bila signifikan  $< 0,05$  maka  $H_{o1}$  dan  $H_{o2}$  diterima dan  $H_{a1}$  dan  $H_{a2}$  ditolak namun sebaliknya jika signifikan  $> 0,05$  maka  $H_{a1}$  dan  $H_{a2}$  diterima serta  $H_{o1}$  dan  $H_{o2}$  ditolak.

### 2. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Sugiyono (2012: 235) uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y) yang diuji secara bersama-sama. Kaidah pengambilan keputusan dalam Uji F dengan menggunakan SPSS adalah:

- a. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_{o3}$  diterima dan  $H_{a3}$  ditolak.
- b. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_{o3}$  ditolak, dan  $H_{a3}$  diterima.

### 3. Uji Koefisien Determinasi (*R-Squared*)

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur berapa besar kemampuan suatu model penelitian dalam menjelaskan variabel dependennya. Dari nilai R square kita dapat mengukur berapa besar variabel dependen dijelaskan secara bersama-sama oleh variabel independen.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Hasil Penelitian**

##### **4.1.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

IAIN adalah singkatan dari Institut Agama Islam Negeri dan kata Ar-Raniry yang dinisbahkan kepada IAIN Banda Aceh adalah nama seorang Ulama besar dan mufti yang sangat berpengaruh pada masa Sultan Iskandar Tsani (memerintah tahun 1637-1641). Ulama besar tersebut nama lengkapnya Syeikh Nuruddin Ar-Raniry yang berasal dari Ranir (sekarang Rander) di Gujarat, India. Beliau telah memberikan kontribusi yang amat berharga dalam pengembangan pemikiran Islam di Asia Tenggara khususnya di Aceh.

Awal Lahirnya IAIN Ar-Raniry dengan berdirinya Fakultas Syari'ah pada tahun 1960 dan Fakultas Tarbiyah tahun 1962 sebagai cabang dari IAIN Sunan Kalidjaga Yogyakarta. Masih pada tahun 1962 didirikan pula Fakultas Ushuluddin sebagai Fakultas swasta di Banda Aceh. Setelah beberapa tahun menjadi cabang dari IAIN Yogyakarta, fakultas Syariah, Tarbiyah dan Ushuluddin berinduk ke IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta selama enam bulan. Pada tanggal 5 Oktober 1963 IAIN Ar-Raniry resmi berdiri dengan dikeluarkannya Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 89 Tahun 1963 dan diresmikan oleh Menteri Agama K.H Saifuddin Zuhri.

IAIN Ar-Raniry menjadi IAIN ketiga di nusantara setelah IAIN Sunan Kalidjaga Yogyakarta dan IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Awal diresmikan baru memiliki tiga fakultas, yaitu Fakultas Syari'ah, Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Ushuluddin. Pada tahun 1968 tepatnya 5 tahun IAIN Ar-Raniry, diresmikan pula Fakultas Dakwah sekaligus menjadi fakultas pertama di lingkungan IAIN di Indonesia. Pada tahun 1968 ini pula, IAIN Ar-Raniry ditunjuk sebagai induk dari dua fakultas agama berstatus negeri di Medan (cikal bakal IAIN Sumatera Utara) yaitu Fakultas Tarbiyah dan Syari'ah yang berlangsung selama 5 tahun. Sementara pada tahun 1983 Fakultas Adab resmi menjadi salah satu dari 5 fakultas di lingkungan IAIN Ar-Raniry.

Pada tahun pertama kelahirannya, IAIN masih mengharapkan bantuan dari berbagai lapisan masyarakat Aceh, terutama dari sisi kebutuhan belajar mengajar. Diibaratkan anak baru lahir, semuanya harus diurus oleh orang tuanya. Dalam konteks masa itu, seluruh lapisan masyarakat Aceh harus mampu memberi bantuan dalam bentuk apapun untuk keperluan pendidikan di IAIN. Seperti yang tertulis dalam laporan yang ditandatangani oleh kuasa Rektor I Drs. H. Ismail Muhammad Sjah.

Presiden Sukarno dalam sambutan dies natalis pertama IAIN Ar-Raniry menyampaikan bahwa di Aceh harus melahirkan tokoh-tokoh bangsa yang mampu meneruskan revolusi dan perjuangan bangsa serta setia kepada Pancasila sebagai haluan

negara. IAIN harus menjadi tempat penggodok kader revolusi yang menjaga jiwa toleransi dan persatuan bangsa. Semua itu harus tertanam dalam jiwa pendidik, pengajar dan mahasiswanya.

Mengikuti perkembangannya sebagai lembaga pendidikan tinggi Islam, IAIN telah menunjukkan peran dan signifikansinya yang strategis bagi pembangunan dan perkembangan masyarakat. Lulusannya mampu mengemban amanah diberbagai instansi pemerintah dan swasta, termasuk di luar Aceh, bahkan di luar negeri. Alumni telah berkiprah di berbagai profesi, baik yang berkaitan dengan sosial keagamaan, maupun yang berhubungan dengan aspek publik lainnya. Lembaga ini telah melahirkan banyak pemimpin di daerah ini baik pemimpin formal maupun informal.

Tepat pada 5 Oktober 2013 genab berumur 50 tahun, biasanya tahun ini disebut tahun emas. Bertepatan dengan tahun tersebut Perguruan Tinggi ini akan merubah wajah dan namanya dari Institutut menjadi Universitas melalui PERPRES No. 64 Tahun 2013 yang dikeluarkan dan mulai berlaku pada tanggal 1 Oktober 2013 dengan nama Universitas Islam Negeri Ar-Raniry (UIN Ar-Raniry).

Perkembangan UIN Ar-Raniry selain terus memperbaiki dan membangun, UIN Ar-Raniry telah membuka beberapa program studi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Tidak sampai disitu, dalam upaya memajukan dan menyempurnakan keberadaannya, pada tahun 1989 lembaga pendidikan ini juga telah membuka Program Magister (S-2) dan Program Doktor (S-3) *Figh*

Modern pada tahun 2002, dan S-3 Pendidikan Islam pada tahun 2008. Pada tahun 2014 UIN Ar-Raniry kembali membuka 4 fakultas baru yaitu Fakultas Ilmu Sosial dan Pemerintahan, Fakultas Psikologi, Fakultas Sains Dan Teknologi, Dan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, dengan demikian UIN Ar-Raniry saat ini sudah memiliki sembilan (9) fakultas dan empat puluh tiga (43) program studi (Panduan Akademik, 2018/2019).

Salah satu fakultas baru di UIN Ar-Raniry adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, fakultas tersebut merupakan fakultas favorit dimana dari tahun 2014 sampai 2022 tingkat mahasiswa yang mendaftar selalu meningkat. Para ahli yang lulus dari fakultas ini diupayakan untuk tidak hanya memahami prinsip ilmu ekonomi syariah saja, tetapi mampu terjun langsung di wilayah praktis dan tenaga professional. pada fakultas ini dituntut untuk menjadi banker professional dibidang perbankan syariah seperti audit keuangan atau staf audit, kelola keuangan perusahaan atau staf *treasury*, *handle* operasional bank atau staf lending, dan bidang kerja lainnya. Tujuan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yaitu menjadikan sarjana yang unggul dalam mengembangkan internasional.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam saat ini menjadi salah satu fakultas yang terdapat di UIN Ar-Raniry. Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry adalah unggul dalam pengembangan keilmuan ekonomi dan bisnis

berlandaskan nilai-nilai keIslaman bertaraf internasional 2030. Sedangkan misinya adalah:

- a. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran dalam bidang ekonomi dan bisnis secara profesional, integratif, berdasarkan nilai-nilai Islam dan berwawasan global.
- b. Mengembangkan tradisi riset integratif dan diseminasi karya akademik di bidang ekonomi dan bisnis Islam.
- c. Mengimplementasikan ilmu untuk pengabdian dan pembangunan ekonomi masyarakat secara Islami
- d. Membangun kerjasama strategis dalam bidang ekonomi dan bisnis Islam dengan berbagai pihak di dalam dan luar negeri.

Ilmu Ekonomi merupakan salah satu program studi yang terdapat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Penyelenggaraan pendidikan Prodi Ilmu Ekonomi FEBI UIN Ar-Raniry dimulai pada 2014 setelah mendapat izin dari Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Budaya Nomor 457a/E/O/2013 Tahun 2013. Prodi Ilmu Ekonomi didirikan untuk menjawab kebutuhan sumber daya manusia dan perkembangan ekonomi lokal, nasional, maupun global.

#### **4.1.2. Deskripsi Responden**

Deskripsi responden merupakan suatu proses mendeskripsikan para responden yang didasarkan pada usia, jenis kelamin, dan semester. Adapun yang menjadi responden yang diperoleh dari hasil pengumpulan data melalui kuesioner yang

disebarkan melalui *google form* kepada 231 orang mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Berikut adalah deskripsi responden:

#### 1. Usia

Adapun data usia responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1.**  
**Usia Responden**

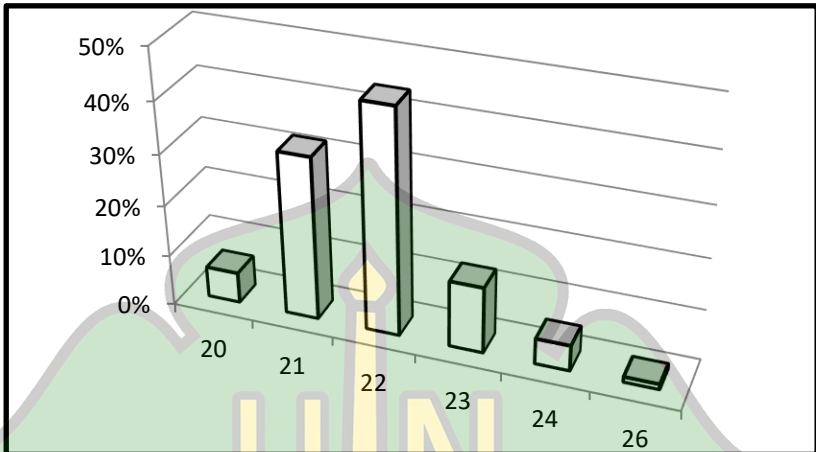
No.	Usia	Jumlah
1.	20 Tahun	13
2.	21 Tahun	75
3.	22 Tahun	101
4.	23 Tahun	29
5.	24 Tahun	11
6.	26 Tahun	2
<b>Total</b>		<b>231</b>

Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2022.

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berusia 20 tahun adalah 13 orang selanjutnya untuk responden 21 tahun sejumlah 75 orang kemudian kategori 22 tahun sejumlah 101 orang lalu untuk responden 23 tahun sejumlah 29 orang, kategori responden 24 tahun berjumlah 11 orang dan terakhir kategori responden 26 tahun sejumlah 2 orang. Berikut ini adalah daftar grafiknya:



**Grafik 4.1.**  
**Usia Responden**



Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2022.

Dari grafik di atas, dapat dilihat bahwa responden terbesar adalah 44% yang berusia 22 tahun. Sedangkan terkecil adalah 26 tahun sebesar 1%. Perbedaan data dari usia terbesar ke usia terkecil mencapai 43%. Sedangkan usia lainnya yakni 20 tahun sebesar 6%, 21 tahun 32%, 23 tahun 13% serta 24 tahun 5%.

## 2. Jenis Kelamin

Adapun data jenis kelamin yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

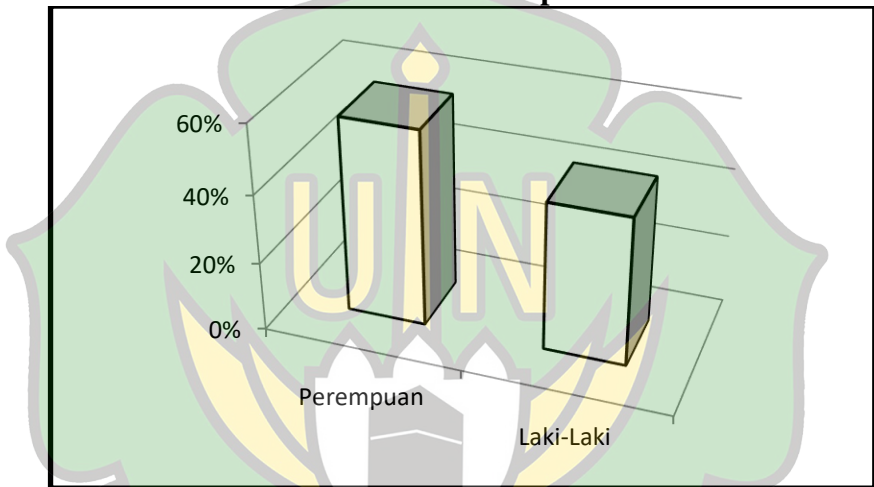
**Tabel 4.2.**  
**Jenis Kelamin Responden**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah
1.	Perempuan	100
2.	Laki-laki	131
<b>Total</b>		<b>231</b>

Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2022.

Berdasarkan data pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 131 orang, kemudian responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 100 orang. Berikut ini adalah daftar grafiknya:

**Grafik 4.2.**  
**Jenis Kelamin Responden**



Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2022.

Dari daftar grafik di atas, maka dapat dinyatakan bahwa persentase responden perempuan sebesar 57% dan laki-laki sebesar 43%. Atas dasar itu dapat dinyatakan bahwa perbedaan persentase antara responden perempuan dan laki-laki adalah sebesar 14%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden perempuan lebih besar dari responden laki-laki.

### 3. Semester

Adapun data semester yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

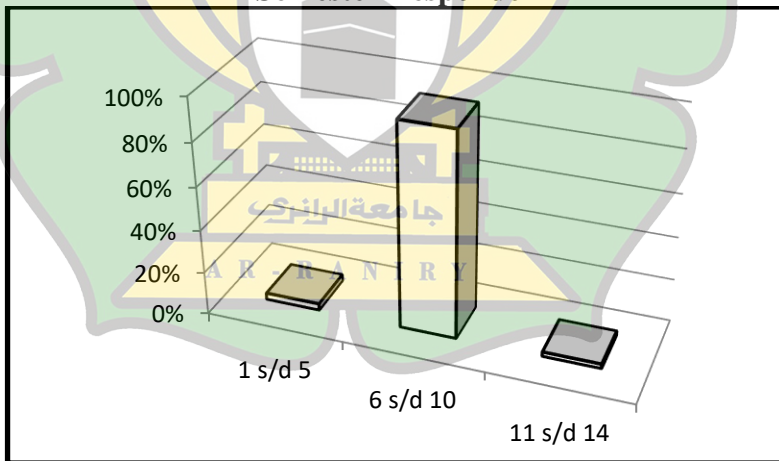
**Tabel 4.3.**  
**Semester Perkuliahan Responden**

No.	Semester	Jumlah
1.	1-5	6
2.	6-10	220
3.	11-14	5
<b>Total</b>		<b>231</b>

Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2022.

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa jumlah responden yang kuliah semester 1 sampai 5 adalah 6 orang, responden semester 6-10 sejumlah 220 orang kemudian responden semester 11-14 sejumlah 5 orang. Berikut ini adalah daftar grafiknya:

**Grafik 4.3.**  
**Semester Responden**



Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2022.

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa jumlah persentase responden yang kuliah semester 1 sampai dengan 5 adalah 3%, responden semester 6 sampai dengan 10 sejumlah

95% kemudian responden semester 11-14 adalah 2%. Berdasarkan hal itu dapat dinyatakan bahwa responden terbesar didominasi oleh mahasiswa semester 6 sampai dengan 10 yang berbeda 92% dan 93% dengan mahasiswa semester lain.

#### 4.1.3. Hasil Uji Instrumen Penelitian

Hasil pengujian instrumen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukur di dalam melakukan fungsi ukurnya. Penelitian ini menggunakan taraf signifikan 5% dengan uji dua arah. Berikut adalah perhitungan r tabel dengan jumlah responden 231 orang berdasarkan rumus *Degree of freedom* (df):

$$\begin{aligned} \text{Degree of freedom} &= n-2 \\ &= 231-2 \\ &= 229 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil *degree of freedom* (df) di atas maka didapati bahwa nilai r tabel adalah sebesar 0,1291. Jika r hitung > r tabel, maka item pertanyaan dapat dinyatakan valid, jika r hitung < r tabel maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid. Adapun setelah dilakukan uji validitas terhadap kuesioner yang diberikan kepada responden berikut adalah hasilnya:

**Tabel 4.4**  
**Uji Validitas**

<b>Variabel</b>	<b>Item Pertanyaan</b>	<i><b>Corrected Item-Total Correlation</b></i>	<b>r tabel</b>	<b>Keterangan</b>
Status sosial ekonomi orangtua	1	0,195	0,1291	Valid
	2	0,670	0,1291	Valid
	3	0,706	0,1291	Valid
	4	0,756	0,1291	Valid
	5	0,720	0,1291	Valid
	6	0,617	0,1291	Valid
	7	0,654	0,1291	Valid
	8	0,779	0,1291	Valid
	9	0,775	0,1291	Valid
	10	0,752	0,1291	Valid
Gaya Hidup	1	0,710	0,1291	Valid
	2	0,710	0,1291	Valid
	3	0,719	0,1291	Valid
	4	0,722	0,1291	Valid
	5	0,792	0,1291	Valid
	6	0,680	0,1291	Valid
	7	0,660	0,1291	Valid
	8	0,743	0,1291	Valid
	9	0,679	0,1291	Valid
	10	0,636	0,1291	Valid
Perilaku Konsumtif	1	0,728	0,1291	Valid
	2	0,761	0,1291	Valid
	3	0,748	0,1291	Valid
	4	0,700	0,1291	Valid
	5	0,672	0,1291	Valid
	6	0,713	0,1291	Valid
	7	0,727	0,1291	Valid
	8	0,721	0,1291	Valid

Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2022.

**Tabel 4.4 - Lanjutan**

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
	9	0,792	0,1291	Valid
	10	0,725	0,1291	Valid

Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2022.

Berdasarkan tabel di atas, setelah dilakukan uji validitas terhadap pertanyaan dan jawaban yang telah dijawab oleh 150 (seratus lima puluh) orang responden terhadap status sosial ekonomi orangtua, gaya hidup dan perilaku konsumtif maka dapat dinyatakan bahwa semua pertanyaan yang ada pada kolom r hitung  $>$  r tabel dan bernilai positif. Dengan demikian item pernyataan tersebut dapat dinyatakan semuanya valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas terhadap pertanyaan dan jawaban yang diberikan oleh 231 (dua ratus tiga puluh satu) orang responden berdasarkan daftar tabel 4.4 di atas, dilakukan dengan uji statistik *cronbach alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai *cronbach alpha*  $>$  0,60. Berikut adalah daftar tabel mengenai uji reliabilitas:

**Tabel 4.5.  
Uji Reliabilitas**

Variabel	Jumlah Item	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Status sosial ekonomi orangtua	10	0,899	Reliabel

Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2022.

**Tabel 4.5 - Lanjutan**

<b>Variabel</b>	<b>Jumlah Item</b>	<b>Cronbach Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
Gaya hidup	10	0,922	Reliabel
Perilaku konsumtif	10	0,931	Reliabel

Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2022.

Berdasarkan data dari tabel tersebut, maka dapat dinyatakan pengujian reabilitas terhadap variabel status sosial ekonomi orangtua, gaya hidup dan perilaku konsumtif didapati *cronbach alpha* yaitu 0,899, 0,922 dan 0,931 dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel di atas reliabel karena melebihi 0,60.

#### **4.1.4. Uji Asumsi Klasik**

##### **1. Uji Normalitas**

Uji normalitas adalah uji untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Pada data ini uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan tes Kolmogorov Smirnov. Berdasarkan hal itu, secara signifikansi jika nilai signifikansi  $<0,05$ , dapat dinyatakan distribusi data tidak normal, namun jika nilai signifikansi  $>0,05$ , distribusi normal. Berikut adalah hasil pengujian tersebut:

**Tabel 4.6**  
**Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov**

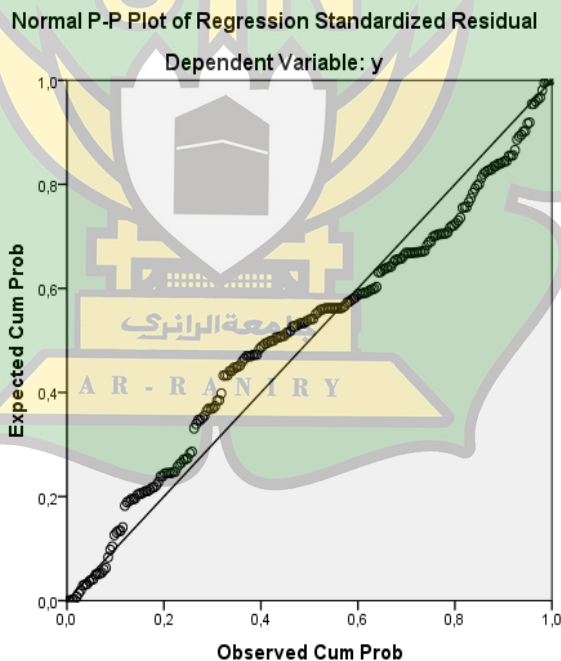
<b>Jenis Pengujian</b>	<b>Nilai Probabilitas</b>
<i>One Sample Kolmogorov Smirnov</i>	0,06

Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2022.



Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dinyatakan bahwa setelah dilakukan uji normalitas *one sample kolmogorov Smirnov test* maka diperoleh angka *Asymp.sig (2-tailed)* sebesar 0,06. Berdasarkan aturan signifikasi maka dapat dinyatakan pengujian data berdistribusi secara normal karena  $>0,05$ . Berikut adalah uji normalitas dengan metode gambar grafik, yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada *grafik normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*. Jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal.

**Gambar 4.1.**



Berdasarkan output di atas, diketahui bahwa titik-titik plotting yang terdapat pada grafik *normal P-P plot of regression standardized residual* selalu mengikuti dan mendekati garis diagonalnya. Oleh karena itu, sebagaimana dasar atau pedoman pengambilan keputusan dalam uji normalitas teknik *probability plot* dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (multikolinearitas). Berikut adalah daftar tabel hasil uji multikolinearitas:

**Tabel 4.7.**  
**Uji Multikolinearitas**

<b>Variabel</b>	<b>Tolerance</b>	<b>VIF</b>
Status Sosial Ekonomi Orang Tua	0,694	1,441
Gaya Hidup	0,694	1,441

Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2022.

Berdasarkan tabel pengujian multikolinearitas disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Karena nilai *tolerance* status sosial ekonomi orangtua dan gaya hidup sama-sama 0,694 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF semua variabel independen yaitu 1,441 lebih kecil dari 10,00.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan *variance* maupun residual

dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Berikut ini adalah tabel hasil uji heterokedastisitas:

**Tabel 4.8**  
**Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Signifikansi
Status Sosial Ekonomi Orangtua	0,934
Gaya Hidup	0,575

Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2022.

Berdasarkan tabel heterokedastisitas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel independent yaitu status sosial ekonomi orangtua dan gaya hidup setelah dilakukan tes heteroskedastisitas didapati nilai 0,934 dan 0,575 atau  $> 0,05$  dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

#### 4.1.6. Uji Regresi Linear Berganda

Berikut ini adalah daftar tabel mengenai hasil uji regresi linear berganda:

**Tabel 4.9.**  
**Uji Regresi Linear Berganda**

Variabel	Nilai Koefisien Regresi
Nilai konstanta	3,199
Status Sosial Ekonomi Orangtua	0,009
Gaya Hidup	0,898

Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2022.

Berdasarkan hasil analisis data dengan SPSS 20 maka diperoleh persamaan hasil regresi linear sebagai berikut:

$$Y = 3,199 + 0,009X_1 + 0,898X_2 + e$$

Dari persamaan regresi linear berganda di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 3,199 satuan yang memiliki arti jika variabel status sosial ekonomi orangtua dan gaya hidup bernilai konstan, maka variabel perilaku konsumtif memiliki nilai sebesar 3,199 satuan.
2. Nilai koefisien regresi untuk variabel status sosial ekonomi orangtua yaitu sebesar 0,009 satuan. Yang artinya jika variabel status sosial ekonomi orangtua mengalami kenaikan 1 satuan maka nilai perilaku konsumtif akan mengalami peningkatan sebesar 0,427 satuan dengan  $X_2$  konstan.
3. Nilai koefisien regresi untuk variabel gaya hidup yaitu sebesar 0,898 satuan. Yang artinya jika variabel status sosial ekonomi orangtua mengalami kenaikan 1 satuan maka nilai perilaku konsumtif akan mengalami peningkatan sebesar 0,898 satuan dengan  $X_1$  konstan.

#### **4.1.7. Pengujian Hipotesis**

##### **1. Uji T**

Uji t dalam penelitian ini berguna untuk menguji pengaruh antara status sosial ekonomi orang tua secara parsial terhadap perilaku konsumtif dan pengaruh gaya hidup secara parsial terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa program studi ilmu ekonomi. Besarnya angka dengan ketentuan signifikansi 0,05 dan

$dk = n-2$ , yaitu  $dk=231-2= 229$ . Sehingga diperoleh nilai  $t_{tabel}$  dengan taraf 5% sebesar 1,651. Berikut adalah tabel hasil uji t:

**Tabel 4.10.**  
**Uji T**

Variabel X	Variabel Y	T tabel	Signifikansi
Status Sosial Ekonomi Orangtua	Perilaku Konsumtif	0,231	0,818
Gaya Hidup		24,055	0,00

Sumber: data diolah oleh peneliti, 2022.

Dari data tersebut maka dapat di analisa mengenai pengaruh antara status sosial ekonomi orang tua secara parsial terhadap perilaku konsumtif dan pengaruh gaya hidup secara parsial terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Berikut adalah penjelasannya:

- a. Pada variabel status sosial ekonomi orang tua memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 0,231 dimana  $t_{hitung} 0,231 < t_{tabel} 1,651$  yang artinya  $H_{01}$  diterima dan  $H_{a1}$  ditolak. Kemudian karena nilai signifikansi  $0,818 > 0,05$ , maka disimpulkan hipotesis ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif.
- b. Pada variabel gaya hidup memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 24,055 di mana  $t_{hitung} 24,055 > t_{tabel} 1,651$  yang artinya  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima. Kemudian karena nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka disimpulkan bahwa hipotesis diterima. Artinya ada pengaruh antara variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumtif (Y).

## 2. Uji F

Uji F dalam penelitian ini berguna untuk menguji pengaruh secara simultan variabel status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Dasar pengambilan keputusan uji F ini adalah jika  $F$  hitung lebih besar dari  $F$  tabel maka  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima, namun sebaliknya apabila  $F$  hitung lebih kecil dari  $F$  tabel maka  $H_{03}$  diterima dan  $H_{a3}$  ditolak. Berikut ini adalah tabel hasil uji F (uji simultan):

**Tabel 4.11.**  
**Uji F**

Variabel X	Variabel Y	$F$ hitung	Signifikansi
Status Sosial Ekonomi orangtua	Perilaku Konsumtif	421,280	0.00
Gaya Hidup			

Sumber: data diolah oleh peneliti, 2022.

Nilai hitung uji F menunjukkan sebesar 421,280 dengan signifikan sebesar 0,000. Untuk mencari nilai  $F$  tabel dapat dilihat pada tabel statistik pada tingkatan signifikansi 0,05 dengan  $d2 = (n-2)$  atau  $231-2=229$ , sehingga  $F$  tabel dengan taraf 5% ditemukan dengan nilai 3,035. Nilai  $F_{hitung}$  status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif sebesar  $421,280 > 3,035$  serta nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_{a3}$  diterima dan  $H_{03}$  ditolak. Yang artinya status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

### 3. Uji Koefisien Determinasi (*R-Squared*)

Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ ) merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Dengan kata lain, koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *R square* sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4.12.**  
**Koefisien Determinasi**

Variabel X	Variabel Y	Nilai <i>Adjusted R Square</i>
Status Sosial Ekonomi Orangtua	Perilaku Konsumtif	0,785
Gaya hidup		

Sumber: data diolah oleh peneliti, 2022.

Dari Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,785 satuan. Yang artinya Keragaman dari perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh status sosial ekonomi orangtua dan gaya hidup sebesar 78,5%, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

## 4.2. Pembahasan

### 4.2.1. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Perilaku Konsumtif

Status sosial ekonomi orang tua tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yaitu dilihat dari variabel status sosial ekonomi orang tua memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 0,231 dimana  $t_{hitung}$



$0,231 < t_{\text{tabel}} 1,65521$  yang artinya  $H_{01}$  diterima dan  $H_{a1}$  ditolak. Kemudian karena nilai signifikansi  $0,818 > 0,05$ . sehingga kesimpulannya status sosial ekonomi orangtua tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

Hasil pengujian hipotesis pertama sesuai dengan hasil penelitian Lestary (2021) yang menyatakan bahwa status sosial ekonomi tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif keseluruhan mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh ditemukan bahwa tidak terdapat perbedaan perilaku konsumtif ditinjau dari tingkat ekonomi orang tua. Selanjutnya penelitian Mutrofin (2018) juga menyatakan bahwa status sosial ekonomi orang tua tidak berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif. Atas dasar itu, maka dapat dinyatakan pendapatan orang tua mahasiswa tidak dapat dijadikan ukuran untuk melihat mahasiswa tersebut melakukan kegiatan konsumtif yang berlebihan atau tidak, karena hal itu termasuk kepada diri pribadi mahasiswa tersendiri.

Perilaku konsumtif pada dasarnya dapat terjadi hanya untuk menjaga penampilan atau gengsi saja, menganggap bahwa produk dengan harga mahal justru lebih memicu percaya diri, membeli produk hanya sekadar menjaga simbol atau status sosial saja, karena kemasannya menarik, atau pun hanya sekadar koleksi saja bahkan beberapa di antara mereka rela membeli produk yang mahal hanya untuk kepuasan mereka (Elnino, *et.al*, 2020).

#### 4.2.2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 22,427 yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $22,427 > 1,65521$ ). Kemudian dilihat dari nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang artinya nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga kesimpulannya gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

Hasil pengujian hipotesis kedua sesuai dengan hasil penelitian Hasnira (2017) bahwa gaya hidup memang mempengaruhi perilaku konsumtif. Demikian pula penelitian Alamanda (2018) didapati adanya pengaruh yang signifikan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Dari dasar itu, dapat dinyatakan gaya hidup yang berlebihan atau hedonis dengan memberikan barang tidak sesuai dengan keperluan yang dibutuhkan atau hanya sekedar *fashion* jelas menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif.

Gaya hidup seseorang akan menentukan bagaimana cara mereka mengelola keuangannya. Fenomena perilaku konsumtif bagi generasi muda dapat dikatakan segala sesuatu yang serba instan, tidak menghargai sebuah proses sebelum terjadinya satu pencapaian tertentu dan juga tidak dibarengi dengan perencanaan keuangan sehingga memunculkan perilaku berbelanja secara berlebihan (Pulungan *et.al*, 2018).

Gaya hidup yang melahirkan pola konsumtif bisa didasarkan atas tingginya produksi atau pemasaran barang dan jasa beserta iklan-iklan pemasaran yang akhirnya mempengaruhi pola pikir masyarakat sehingga budaya konsumtif lahir sebagai bentuk pemenuhan gaya hidup. Gaya hidup yang menyebabkan pola perilaku konsumtif didasarkan pada keinginan yang berlebihan sehingga cenderung mengabaikan kebutuhan primer yang harus terpenuhi (Assaad, 2016).

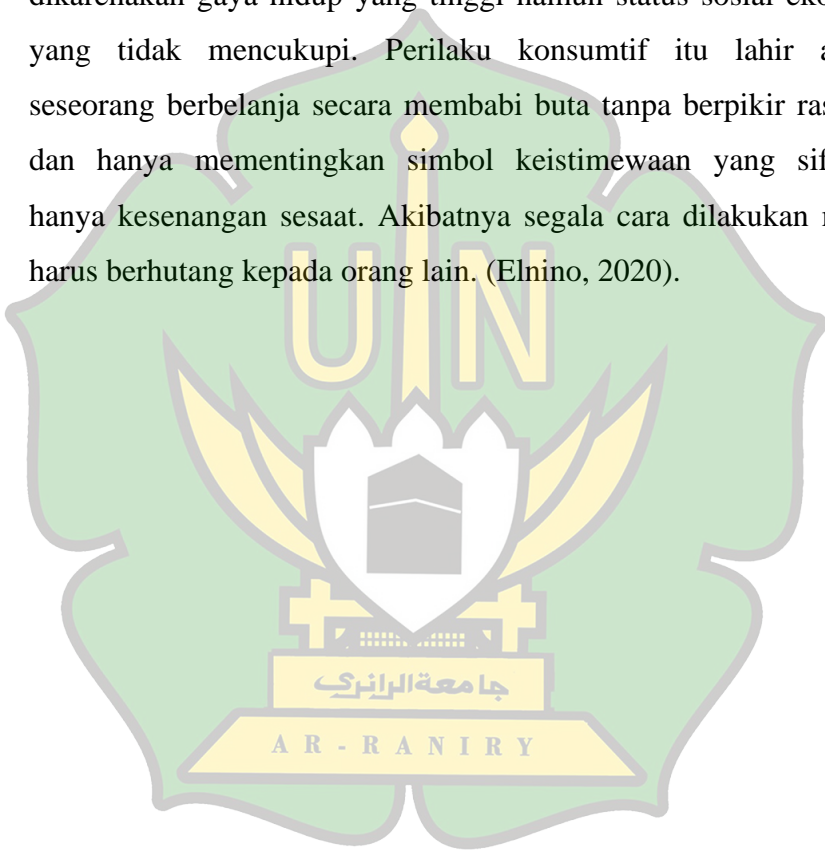
#### **4.2.3. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orangtua dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif**

Status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $421,280 > 3,035$ ). Dilihat dari segi nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  yang artinya lebih kecil dari 0,05 sehingga kesimpulannya status sosial ekonomi dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

Hasil pengujian hipotesis ketiga sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Setianingsih (2018) menyatakan bahwa status sosial ekonomi dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif memang memberikan kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, membeli sesuatu yang berlebihan atas secara tidak

terencana dan status sosial ekonomi dan gaya hidup dapat menjadi faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif tersebut.

Akibat perilaku konsumtif yang tinggi orang juga cenderung untuk meminjam uang atau barang kepada orang lain dikarenakan gaya hidup yang tinggi namun status sosial ekonomi yang tidak mencukupi. Perilaku konsumtif itu lahir akibat seseorang berbelanja secara membabi buta tanpa berpikir rasional dan hanya mementingkan simbol keistimewaan yang sifatnya hanya kesenangan sesaat. Akibatnya segala cara dilakukan meski harus berhutang kepada orang lain. (Elnino, 2020).



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Status sosial ekonomi orang tua tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

#### **5.2. Saran**

Ada beberapa saran yang dapat penulis sampaikan pada tulisan karya ilmiah ini, yaitu:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

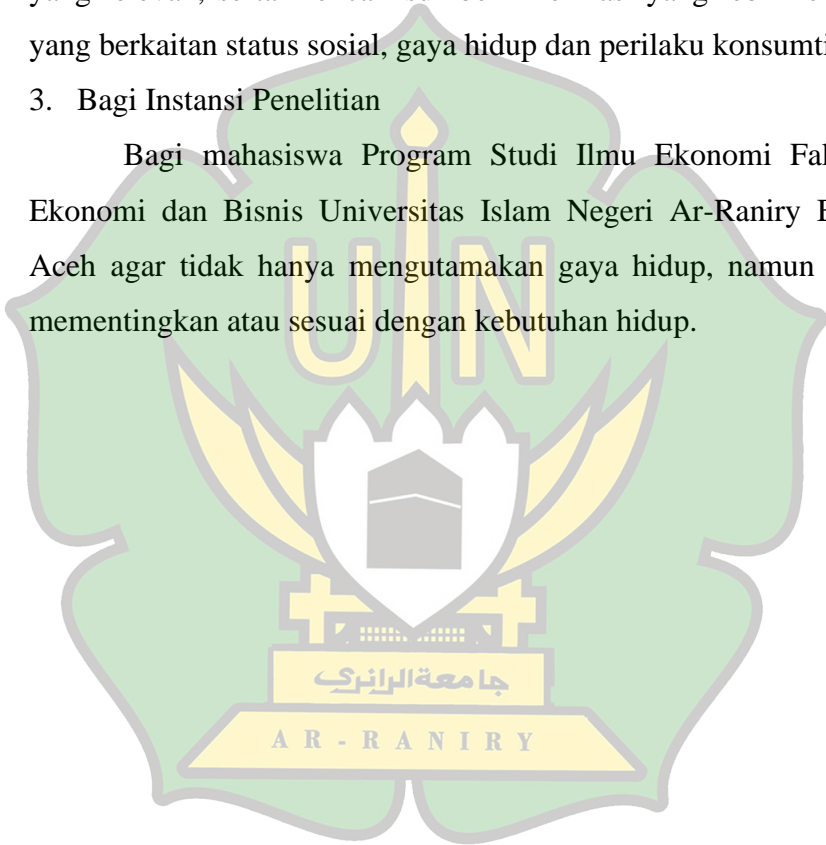
Pada peneliti selanjutnya disarankan agar dapat melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh status sosial ekonomi orangtua dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada daerah-daerah lain yang dianggap dapat memotivasi orang lain untuk menghindari perilaku konsumtif.

## 2. Bagi Akademisi

Bagi akademisi diharapkan agar dapat menambah wawasan mengenai pengaruh status sosial ekonomi orangtua dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dengan cara membaca buku-buku yang relevan, serta mencari sumber informasi yang lebih lengkap yang berkaitan status sosial, gaya hidup dan perilaku konsumtif.

## 3. Bagi Instansi Penelitian

Bagi mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh agar tidak hanya mengutamakan gaya hidup, namun harus mementingkan atau sesuai dengan kebutuhan hidup.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulsyani. (2012). *Sosiologi: Skematika, Teori, dan Terapan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Adiputra, R & Moningga, C., (2012). Gambaran Perilaku Konsumtif Terhadap Sepatu Pada Perempuan Dewasa Awal. *Jurnal Psibernetika*, 5 (2), 76-90.
- Ainunnisa, L. (2016). Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. Diambil pada 11 Desember 2021. Dari <https://www.kompasiana.com/lanainunnisa/58496b97149373f2100be561/perilaku-konsumtif-mahasiswa>
- Alamanda, Y. (2018). Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Psikoborneo Ilmiah Psikologi*, 6(2), (273-279).
- Alfiati, B. & Kurniawan, R. W. (2014). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas XI IPS MAN Sidoarjo. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2 (3), 1-17.
- Amirullah, Zulkarnain. M., & Astuti. Y, (2020). Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Iphone . *Jurnal ekonomi Perjuangan*. 2(1).
- Anggraeni., E & Setiaji, K., (2018). Pengaruh Media Sosial Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Economic Education Analysis Journal*. 7(1)172-180.
- Aprilia, D., & Hartoyo. (2013). Analisis Sosiologis Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa FISIP Universitas Lampung). *Jurnal Sosiologi*. 15(1). 72-86.



- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arum, D & Khoirunnisa, R. N. (2021). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Psikologi Pengguna E-Commerce Shopee. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(9), 92-102.
- Astuti, RPF., (2016). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi, dan *Life Style* Terhadap Perilaku Konsumsi. *Jurnal Edutama*, 3 (2), 49-57.
- Auliya, L., (2017). *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Pendidikan Guru RA (PGRA) IAIN Purwokerto)*. Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Basrowi & Juariyah, S. (2010). Analisis Kondisi Sosial Ekonomi Dan Tingkat Pendidikan Masyarakat Desa Srigading, Kecamatan Labuhan Maringgai, Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*. 7(1), 58-81.
- Chotimah. L.N., Ani, H.M., & Widodo. J. (2017). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Prestasi Belajar Siswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*.11(2). 120-125.
- Chrisnawati, D & Abdullah, S, M. (2011). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian (Studi Kasus Pada Remaja Berstatus Sosial Ekonomi Rendah). *Jurnal Spirits*, 2 (1), 1-14.
- Darmawan, I. (2017). Pengaruh Status Sosial Ekonomi dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Minat Melanjutkan Studi Ke Perguruan Tinggi Pada Siswa di SMA N 1 Bayat.

Yogyakarta:Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Dinar, M & Hasan, M., (2018). *Pengantar Ekonomi: Teori dan Aplikasi*. Makassar: CV. Nur Lina.

Dwiastuti R., Shinta, A., & Isaskar R (2012). *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang: UB Press.

Firmansyah, M. A., (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.

Fitri, N. A. & Basri, H. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Pada Generasi Milenial Di Era Pandemi Covid-19 Dengan Pengetahuan Ekonomi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 183-192.

Fitriani, N.A. (2016). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Produk *Fashion Online Shopping* Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta: Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Fitriyani, N., Widodo, P.B., & Fauziah. N. (2013). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi*. 12(1).

Ghozali, I. (2013). *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hasnira., (2017). *Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Masyarakat Wahdah Islamiyah Makassar*. Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin.

- Husain, W. (2009). Modernisasi dan Gaya Hidup. *Jurnal Al-Tajdid*.1(2). (85-94).
- Ibrahim, I.S. (2011). *Kritik Budaya Komunikasi: Budaya, Media, Dan Gaya Hidup Dalam Proses Demokratisasi di Indonesia*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Indrawati, E.S. (2015). Status Sosial Ekonomi Dan Intensitas Komunikasi Keluarga Pada Ibu Rumah Tangga Di Panggung Kidul Semarang Utara. *Jurnal Psikologi UNDP*, 14(1), 52-57.
- Jatmiko., B.P., (2015). Diambil kembali dari Artikel: Otoritas Jasa Keuangan: Orang Indonesia Semakin Konsumtif. <https://ekonomi.kompas.com/read/2015/08/08/110746226/OJK.Orang.Indonesia.Makin.Konsumtif>.
- Kasih A.P., (2020). Pakar Universita Airlangga: Pandemi Covid-19 Membuat Masyarakat Cenderung Lebih Konsumti. Diambil Pada 26 Desember 2021. Dari <https://edukasi.kompas.com/read/2020/07/17/161944571/pakar-unair-pandemi-covid-19-membuat-masyarakat-cenderung-lebih-konsumtif>.
- Kotler, A., (2018). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lestary, R.M.I. (2021). Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Jenis Kelamin Dan Tingkat Ekonomi Orang Tua Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Banda Aceh: Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Lisnawati. (2019). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2015-2018 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri

Makassar. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar*.

Mandey, S.L., (2009). Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6 (1).

Meganingrum, R. & Fauziah, N. (2017). Hubungan Antara Identitas Sosial Dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada penggemar Batu Akik dan Batu Muliadi Semarang. *Jurnal Empati*. 6(1). 365-373.

Mujahidah, A. N. (2020). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganannya (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di Smk Negeri 8 Makassar). *Jurnal Universitas Negeri Makassar*. 1-16.

Mutrofin, L. (2018). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kontrol Diri dan Respon pada Iklan Terhadap Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Jurusan Ekonomi Pembangunan, Universitas Negeri Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 11(1). 56-62.

Nugroho. J., Sidik. A., & Goenawan. F. (2018). *Analisis value, Attitude, dan Lifestyle konsumen Zara Pakuwon Mall Surabaya*. *Journal E. Komunikasi*. 6(2).

Paendong, M. & Tielung, M.V.J. (2016). Pengaruh Kebutuhan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren Di Galeri Smartfren Cabang Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. 16(4). 387-395.

Priansa, D.J., (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.

Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.

- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 103–110.
- Purba. S., Revida. E., Parinduri. L., Purba. B.... Leuwol N.V., (2020). *Perilaku Organisasi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Purnama, M.P., (2021). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Pandemi Covid-19. Lampung: Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama Universitas Islam Negeri Raden Intan.
- Rahmawati., (2016). *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman University Press.
- Rahmawati., V.R & Surjanti, J., (2021). Analisis Faktor Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Produk Fashion Saat Pandemi Pada Mahasiswa, *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 4 (2), 11-18.
- Rastillah, (2020). Pengaruh Stratifikasi Sosial Terhadap Pelayanan Publik di Kantor Desa Kalosi Kecamatan Dua Pitue Kabupaten Sidenreng Rappang. *Jurnal Praja*. 8(2). 101-111.
- Rasyid. A., (2019). Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Agama Islam. *Yurisprudentia: Jurnal Hukum Ekonomi*, 5 (2), 172-186.
- Risnawati, Mintarti, S.U & Wardoyo, C., (2018). Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga, Gaya Hidup, Modernitas Individu, dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian dan Pengembangan*. 3(4). 430-436.

- Safri, H., (2018). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Palopo: Lembaga Penerbit Kampus IAIN Palopo.
- Septiyaningrum. R., Lau, E.A & Yudhayani. E., (2016). Pengaruh Faktor Psikografis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Matahari Department Store Plaza Mulia Samarinda. *Jurnal Ekonomia*. 5(2).
- Setiadi, N.J., (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Sipunga, P.N., & Muhammad, A.H. (2014). Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja di Tinjau dari Pendapatan Orang Tua Pada Siswa-Siswi Sma Kesatrian 2 Semarang. *Jurnal of social and industrial Psychology*. 3(1). 62-68.
- Siyoto., S. & Sodik, M. A., (2015), *Dasar Metodologi Penelitian*, Karanganyar: Literasi Media Publishing.
- Suawa, A.J, Tumbel, A.L., & Mandagie, Y. (2019). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di New Ayam Bandung Resto Kawasan Megamas Manado. *Jurnal EMBA*. 7(4). 5195-5204.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suminar, E & Meiyuntari, T., (2015). Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 04(02), 145-152.



- Syahrum & Salim. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Cita Pustaka Media.
- Syani, A. (2012). *Sosiologi Sistematis, Teori, dan Terapan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Taluke. J, Lesawengen. L & Suwu, E. A. A. (2021). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Tingkat Keberhasilan Mahasiswa Di Desa Buo Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Jurnal Holistik*, 14(2), 1-16.
- Taluke. J., Lesawengen. L, & Suwu. E. A.A., (2021). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Tingkat Keberhasilan Mahasiswa Di Desa Buo Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Jurnal Holistik*. 14(2).
- Tarigan, D.N. (2017). Hubungan Antara Status Sosial Ekonomi Orangtua Dengan Minat Membaca Pada Siswa Siswi SMA Swasta ST. Yoseph Medan XII (IPA-IPS). Medan: Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
- Utomo, D. & Prasentyata, A. (2017). Analisis Pengaruh Variabel Gaya Hidup Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Steak di Star Steak Boyolali. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. 10 (1). 22-35. جامعة الزاوي
- Wahidah, N. (2014). *Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN*". Pontianak : Universitas Tanjungpura.
- Werang, B.R. (2015). *Pendekatan Kuantitatif dalam Penelitian Sosial*, Yogyakarta : Calpulus.
- Wijianto & Ulfa, I. F., (2016). Pengaruh Status Sosial dan Kondisi Ekonomi Keluarga terhadap Motivasi Bekerja bagi Remaja



Awal (Usia 12-16 Tahun) di Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Al Tijarah*, 2(2), 190-210.



**LAMPIRAN I : HASIL UJI VALIDITAS DAN REABILITAS  
STATUS SOSIAL EKONOMI ORANGTUA,  
GAYA HIDUP DAN PERILAKU  
KONSUMTIF**

**STATUS SOSIAL EKONOMI ORANGTUA**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1	33,89	38,680	,195	,923
2	33,94	35,166	,670	,888
3	33,77	34,119	,706	,885
4	33,86	33,801	,756	,882
5	33,91	34,718	,720	,885
6	34,00	35,500	,617	,891
7	34,00	35,196	,654	,889
8	33,81	32,883	,779	,880
9	33,90	33,756	,775	,881
10	34,00	34,061	,752	,883

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,899	10

A R - R A N I R Y

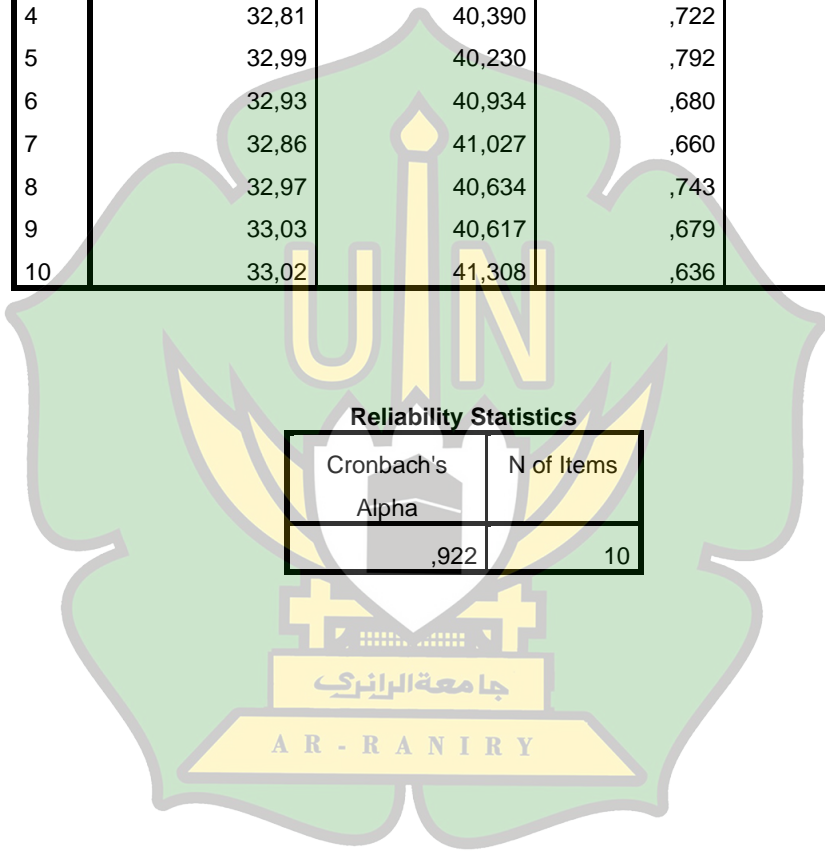
## GAYA HIDUP

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1	32,84	40,677	,710	,914
2	32,87	40,827	,710	,914
3	32,95	40,441	,719	,913
4	32,81	40,390	,722	,913
5	32,99	40,230	,792	,910
6	32,93	40,934	,680	,916
7	32,86	41,027	,660	,917
8	32,97	40,634	,743	,912
9	33,03	40,617	,679	,916
10	33,02	41,308	,636	,918

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,922	10



## PERILAKU KONSUMTIF

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1	32,73	41,930	,728	,924
2	32,84	41,477	,761	,922
3	32,89	42,144	,748	,923
4	32,66	42,296	,700	,925
5	32,68	42,827	,672	,927
6	32,77	42,645	,713	,924
7	32,74	42,976	,727	,924
8	32,89	42,187	,721	,924
9	32,74	41,065	,792	,920
10	32,62	41,385	,725	,924

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,931	10

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

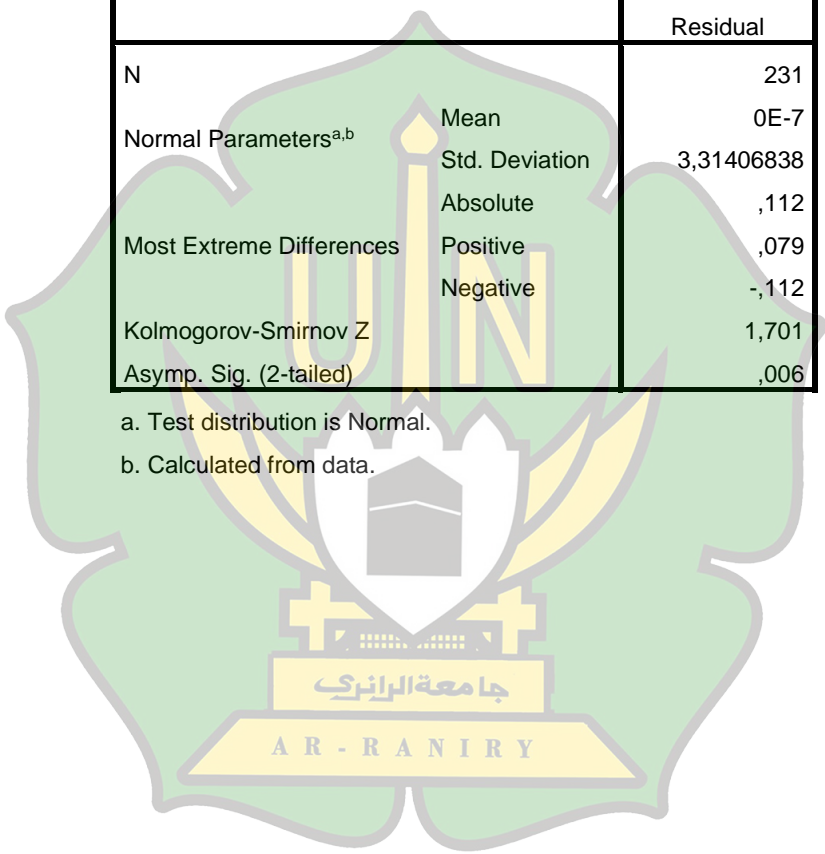
## LAMPIRAN 2 : UJI NORMALITAS

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		231
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3,31406838
Most Extreme Differences	Absolute	,112
	Positive	,079
	Negative	-,112
Kolmogorov-Smirnov Z		1,701
Asymp. Sig. (2-tailed)		,006

a. Test distribution is Normal.

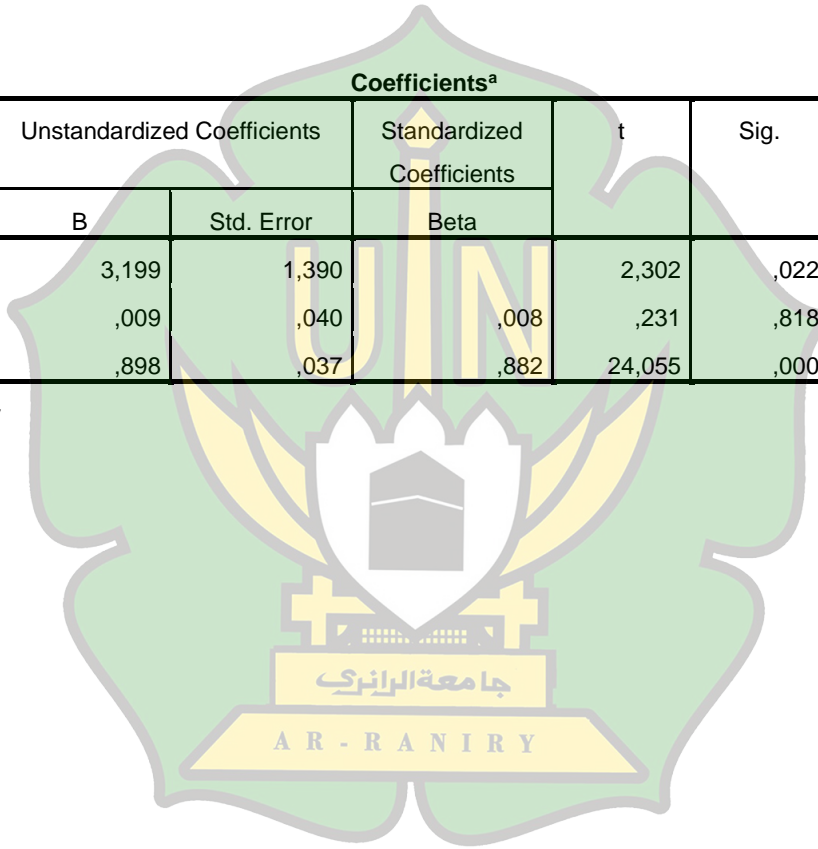
b. Calculated from data.



**LAMPIRAN 3: UJI MULTIKENORITAS**

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,199	1,390		2,302	,022	
	x1	,009	,040	,008	,231	,818	,694
	x2	,898	,037	,882	24,055	,000	,694

a. Dependent Variable: y



## LAMPIRAN 4: UJI HETEROKEDASTISITAS

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,793	,980	2,849	,005		
	x1	,002	,029	,007	,934	,694	1,441
	x2	-,015	,026	-,045	,575	,694	1,441

a. Dependent Variable: res2



**LAMPIRAN 5: UJI REGRESI LINEAR BERGANDA, UJI T DAN UJI F**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3,199	1,390		2,302	,022
	x1	,009	,040	,008	,231	,818
	x2	,898	,037	,882	24,055	,000

a. Dependent Variable: y

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9335,050	2	4667,525	421,280	,000 <sup>b</sup>
	Residual	2526,101	228	11,079		
	Total	11861,152	230			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2, x1

## LAMPIRAN 6: UJI KOEFISIEN DETERMINASI (*R SQUARE*)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,887 <sup>a</sup>	,787	,785	3,329

a. Predictors: (Constant), x2, x1

