

Pengaruh Kelompok Teman Sebaya dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif: Studi pada Mahasiswa Bidikmisi UIN FAS Bengkulu

Yasfa Ilmiah¹, Uswatun Hasanah², Nurul Hak³

^{1,2,3} Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, Indonesia

yasfa.ilmiah@mail.uinfasbengkulu.ac.id¹,

uswatun.hasanah@mail.uinfasbengkulu.ac.id²,

nurul_hak@mail.uinfasbengkulu.ac.id³

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of peer groups and parents' socioeconomic status on consumptive behavior (study on Bidikmisi UIN FAS Bengkulu students). To test this, researchers used quantitative methods with primary data collection techniques in the form of questionnaires distributed to 63 respondents. The data analysis technique used is multiple regression analysis with the IBM SPSS 26 application. The results of the study based on the simultaneous hypothesis test (f test) show that the peer group variables and the socioeconomic status of parents simultaneously affect the consumptive behavior of Bidikmisi UIN FAS Bengkulu students, this can be seen in the Fcount value of 8.432 > Ftabel 3.150 and the significance value is 0.001 < 0.05. Furthermore, it can be seen in the results of the coefficient of determination test. Furthermore, it can be seen in the test results of the coefficient of determination (R2) which obtained an Rsquare value of 0.219. This shows that the dependent variable of consumptive behavior can be explained by the independent variable of peer group and socioeconomic status of parents by 21.9% while 78.1% is explained by other factors outside the variables studied.

Keywords: Peer Group, Socioeconomic Status of Parents, Consumptive Behavior

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kelompok teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Bidikmisi UIN Fas Bengkulu). Untuk menguji hal ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data primer berupa kuisioner yang disebarluaskan pada 63 orang responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan aplikasi IBM SPSS 26. Hasil penelitian berdasarkan uji hipotesis secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa variabel kelompok teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Bidikmisi UIN Fas Bengkulu, hal ini dapat dilihat pada nilai Fhitung 8,432 > Ftabel 3,150 dan nilai signifikansinya 0,001 < 0,05. Selanjutnya dapat dilihat pada hasil uji koefisien determinasi (R2) yang memperoleh nilai Rsquare sebesar 0,219. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh variabel independen kelompok teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua sebesar 21,9% sedangkan 78,1% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti.

Kata Kunci: Kelompok Teman Sebaya, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Perilaku Konsumtif

PENDAHULUAN

Perilaku konsumtif pertama kali mulai terlihat signifikan pada era revolusi industri di abad ke-18, di mana produksi massal barang menjadi pendorong utama perubahan pola konsumsi masyarakat. Sebelum era ini, konsumsi masyarakat cenderung didasarkan pada kebutuhan dasar. Namun, dengan meningkatnya produksi barang dalam jumlah besar, ditambah dengan perkembangan perdagangan dan pemasaran, konsumsi mulai bergeser menjadi sarana untuk menunjukkan identitas, status sosial, dan prestise (Alya, 2024).

Puncak kemunculan perilaku konsumtif semakin nyata di abad ke-20, terutama setelah Perang Dunia II, ketika ekonomi global mulai pulih, dan teknologi komunikasi berkembang pesat. Era ini ditandai dengan penetrasi media massa yang memengaruhi gaya hidup masyarakat melalui iklan dan kampanye pemasaran. Konsumsi tidak lagi sekadar memenuhi kebutuhan, tetapi menjadi simbol status, di mana merek dan tren menjadi tolok ukur kesuksesan sosial (Al Farasyi & Iswati, 2021).

Namun pada abad ke-21, perilaku konsumtif mencapai puncaknya dengan adanya globalisasi dan revolusi digital. Internet dan media sosial telah mempercepat penyebaran budaya konsumsi melalui promosi gaya hidup yang mewah dan materialistik. Tren ini didukung oleh kemudahan akses terhadap layanan *e-commerce* dan metode pembayaran digital, yang semakin mendorong masyarakat untuk terus berbelanja (Partadisastra et al., 2022).

Survei terbaru Lembaga Riset Snapcart di Januari 2023 mengungkapkan bahwa generasi millenial menjadi pembelanja terbanyak di bidang *e-commerce* yakni sebanyak 50 persen (25-34 tahun). Mayoritas konsumen belanja *online* berdasarkan gender adalah wanita dengan jumlah mencapai 65 persen. Jika digabung dengan generasi Z (15-24 tahun) maka jumlah pembelanja dari generasi muda mencapai sekitar 80 persen (Nabilla, 2023).

Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Bapak Kasan selaku Kepala Badan Kebijakan Perdagangan (Kemendag) yang mengatakan pada Tahun 2023 penetrasi internet meningkat 79 persen atau bertambah sekitar 5 juta orang. Hal ini mendorong minat berbelanja yang dilakukan secara *online*. Ini artinya penduduk Indonesia terhubung dengan internet sebanyak hampir 216 juta orang, yang juga merupakan satu jumlah yang cukup besar. Di sisi lain, nilai ekonomi Indonesia pada Tahun 2021 sebesar 70 miliar dollar AS dan diperkirakan 2025 mencapai sekitar 146 miliar dollar AS, (Safitri, 2023). *E-commerce* di Indonesia bermacam-macam diantaranya yaitu shopee, lazada, Tokopedia dan lainnya. Shopee pada tahun 2020 telah meraih 97 juta pengunjung yang kemudian disusul oleh Bukalapak, Lazada dan Tokopedia. Sehingga dapat disimpulkan pula bahwa shopee merupakan market leader di bidang industri *e-commerce* Indonesia (Framuditya et al., n.d.). Sejumlah faktor, seperti kemudahan, beragam pilihan produk, dan penawaran diskon menarik, disebutkan menjadi alasan utama dari besarnya minat belanja *online* masyarakat. Meskipun menawarkan berbagai kemudahan, tapi belanja *online* dapat menjadi bumerang finansial. Ini lantaran kemudahan tersebut dapat mendorong seseorang untuk berbelanja secara impulsif (Advertorial, 2024). Selain itu Hasil survei Populix

mencatat bahwa sebanyak 54 persen masyarakat Indonesia memilih untuk berbelanja di *e-commerce*, dengan mayoritasnya dilakukan oleh gen Z, yang mayoritasnya masih duduk di bangku perkuliahan atau mahasiswa, (Safitri Kiki, 2024).

Selain itu mahasiswa menjadi kelompok yang paling rentan terhadap perilaku konsumtif ini. Karena sebagai individu yang berada dalam tahap pencarian jati diri, mahasiswa sering kali dipengaruhi oleh lingkungan sosial, terutama kelompok teman sebaya. Kelompok teman sebaya memainkan peran penting dalam menentukan gaya hidup, termasuk keputusan konsumsi, di mana tekanan untuk mengikuti tren sering kali sulit dihindari, (Sari, 2019). Di sisi lain, status sosial ekonomi orang tua juga menjadi faktor penting yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa dari keluarga dengan status ekonomi tinggi cenderung lebih mudah memenuhi keinginan konsumtif mereka, sementara mahasiswa dari keluarga berpenghasilan rendah menghadapi tantangan dalam menyeimbangkan keinginan konsumtif dengan keterbatasan ekonomi (Despita, 2022). Seperti mahasiswa penerima beasiswa Bidikmisi UIN FAS Bengkulu yang berjumlah:

Tabel 1. Data Jumlah Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi UIN FAS Bengkulu

No	Angkatan	Jumlah
1.	Angkatan 2020	250 Orang
2.	Angkatan 2021	169 Orang
3.	Angkatan 2022	169 Orang
4.	Angkatan 2023	350 Orang
5.	Angkatan 2024	350 Orang

Sumber: Data diolah, 2025.

Beasiswa Bidikmisi-KIP Kuliah merupakan program beasiswa pemerintah yang diperuntukan bagi mahasiswa baru maupun mahasiswa lama yang memiliki potensi akademik untuk menempuh pendidikan di perguruan tinggi namun kemampuan ekonominya kurang. Fenomena yang sering terjadi pada kebanyakan mahasiswa Bidikmisi-KIP Kuliah yang berperilaku konsumtif. Asumsi ini terjadi karena kebanyakan mahasiswa Bidikmisi-KIP Kuliah tidak dapat mengelola keuangan secara baik, (Qurrotuaini et al., 2022). Berdasarkan data di atas terdapat jumlah mahasiswa penerima beasiswa Bidikmisi UIN FAS Bengkulu, mahasiswa tersebut sebagian besar telah menggunakan transaksi berbelanja di *E-commerce*. Karena hal tersebut maka mahasiswa akan semakin mudah dalam berbelanja, hal ini menjadi salah satu permasalahan yang nantinya akan membuat mahasiswa menjadi perilaku konsumtif.

Kehidupan mahasiswa tentu tidak mudah, ketika seseorang menjadi mahasiswa otomatis kebutuhannya akan semakin beragam entah itu kebutuhan mendasar atau kebutuhan untuk memenuhi gaya hidup (Aldes, 2022). Keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidup adalah naluri dasar manusia. Sejak kecil, individu menunjukkan keinginan untuk memenuhi kebutuhannya dengan berbagai cara.

Seiring bertambahnya usia, keinginan dan kebutuhan tersebut akan terus meningkat. Namun, dalam usaha memenuhi kebutuhan, manusia menghadapi masalah ekonomi akibat ketidak seimbangan antara kebutuhan yang tidak terbatas dan jumlah alat pemenuh kebutuhan yang terbatas (Qurrotuaini et al., 2022).

Selain itu Konformitas teman sebaya adalah perubahan dalam sikap, perilaku, dan kepercayaan seseorang akibat tekanan dari kelompok sebaya atau karena kematangan yang sejalan. Konformitas ini merupakan bentuk pengaruh sosial di mana individu mengubah sikap dan perilakunya agar sesuai dengan norma yang berlaku. Tekanan untuk mematuhi biasanya berasal dari aturan yang disepakati bersama, baik yang tertulis maupun tidak, yang mendorong individu untuk bertindak sesuai dengan norma tersebut (Putri et al., 2017).

Tidak hanya itu saja status sosial ekonomi orang tua dalam sebuah keluarga sangat mempengaruhi perilaku membeli remaja. Semakin tinggi pendapatan orang tua, maka semakin besar kesempatan remaja untuk membelanjakan uang yang diberikan oleh mereka. Sebaliknya, jika pendapatan orang tua rendah, kesempatan remaja untuk menghabiskan uang hasil pemberian orang tua pun akan semakin kecil. Pendapatan orang tua secara khusus memiliki pengaruh signifikan terhadap kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan pribadi. Pengaruh ini mencakup pendidikan yang diberikan, jumlah pekerjaan yang dilakukan orang tua, serta besaran uang yang biasanya diberikan kepada anak. Orang tua yang mengajarkan cara mengelola uang sering kali mendorong anak-anak mereka untuk melakukan beberapa pekerjaan sekaligus.

Sikap dan pemikiran bahwa uang dan barang yang diinginkan lebih mudah diperoleh jika orang tua memiliki tingkat ekonomi yang tinggi cenderung dimiliki oleh anak-anak dari keluarga berstatus sosial ekonomi yang tinggi dan sebaliknya anak-anak yang berstatus sosial ekonomi rendah seperti mahasiswa penerima beasiswa Bidikmisi.

Maka dari itu, pada penelitian ini penulis memfokuskan penelitiannya kepada mahasiswa yang mendapatkan beasiswa Bidikmisi, untuk mengetahui seberapa berpengaruh antara kelompok teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif.

TINJAUAN LITERATUR

1. Teori Perilaku Konsumtif

Istilah konsumtif berasal dari Bahasa Inggris yaitu *consumtive* yang berarti sifat mengonsumsi, memakai, menggunakan, menghabiskan sesuatu berperilaku boros untuk yang mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan. Dalam artian luas konsumtif adalah perilaku konsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan dibandingkan kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas atau dapat diartikan sebagai gaya hidup yang mewah, (Septiansari & Handayani, 2021). Konsumtif adalah suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Artinya sebelum suatu produk habis dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lain. Singkatnya konsumtif

adalah keinginan untuk mengonsumsi barang dan jasa yang kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal, (Mujahidah, 2022).

2. Teori Status Sosial Ekonomi Orang Tua

Chapra dalam jurnal Iendy Zilviean; Adhari and others, (2021). Menyatakan bahwa kesejahteraan adalah kondisi yang diidamkan oleh seluruh umat manusia. Dalam kesejahteraan terdapat kenikmatan hidup yang diinginkan, seperti kebahagiaan, ketentraman, kemakmuran, dan keadilan. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika manusia berusaha keras untuk mencapai kesejahteraan melalui berbagai "petunjuk". Dari sinilah peradaban manusia berkembang dengan berbagai ideologi, seperti kapitalisme, sosialisme, dan negara kesejahteraan.

Menurut Soekanto dalam (Aulianingrum & Rochmawati, 2021). Status merujuk pada keadaan atau posisi seseorang dalam suatu jenjang. Posisi ini mencerminkan hak dan kewajiban yang dimiliki individu, serta peran ideal yang diharapkan dari mereka. Luth dan Fernandez menambahkan bahwa status adalah posisi seseorang dalam kelompok. Soekanto lebih lanjut menyatakan bahwa status mencerminkan posisi individu dalam kelompok sosial, serta hubungannya dengan anggota kelompok lainnya.

3. Teori Kelompok Teman Sebaya

Cartwright dan zander dalam (Ar-Rizki et al., 2024). mengatakan bahwa kelompok merupakan sekumpulan individu yang melakukan hubungan dengan orang lain (sesama anggota) yang menunjukkan saling bergantungan pada tingkat yang berarti. Menurut smith kelompok sosial merupakan suatu unit yang terdiri atas beberapa orang yang memiliki persepsi kolektif dan yang miliki kemampuan untuk bertingkah laku yang sama dalam cara yang sama terhadap lingkungannya, (Dr. H. Bambang Syamsul Arifin, 2015).

METODE PENELITIAN

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang merupakan salah satu perguruan tinggi negeri yang memiliki program Bidikmisi. Alasan peneliti memilih lokasi ini karena lokasi ini sangat relevan untuk penelitian karena populasi mahasiswa Bidikmisi yang menjadi objek studi berada di lingkungan ini.

2. Data Dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini diambil dari data primer. Data primer adalah data yang diperoleh oleh peneliti dari sumber asli atau secara langsung. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuisioner pada mahasiswa penerima beasiswa KIP kuliah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu. Jenis penelitian adalah metode yang digunakan dalam menyelidiki suatu rumusan masalah yang diangkat. Jenis penelitian pada penelitian ini adalah kuantitatif.

3. Analisis Data

Teknik analisis data adalah serangkaian metode dan prosedur yang digunakan untuk mengolah, menganalisis, dan menarik kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan. Untuk mempermudah dalam pengolahan data maka peneliti menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic 26, (Jailani & Saksitha, 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur dan menguji valid atau keabsahan dari instrumen penelitian yang dilakukan peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika dapat menjelaskan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 63 responden dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Kriteria dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (pada taraf signifikansi 0,05).

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Item Pernyataan	r_{Hitung}	r_{Tabel}	Keputusan
X1.1	0,373	0,244	Valid
X1.2	0,562	0,244	Valid
X1.3	0,529	0,244	Valid
X1.4	0,806	0,244	Valid
X1.5	0,688	0,244	Valid
X1.6	0,733	0,244	Valid
X1.7	0,779	0,244	Valid
X1.8	0,833	0,244	Valid
X1.9	0,846	0,244	Valid
X2.1	0,580	0,244	Valid
X2.2	0,618	0,244	Valid
X2.3	0,677	0,244	Valid
X2.4	0,767	0,244	Valid
X2.5	0,749	0,244	Valid
X2.6	0,758	0,244	Valid
X2.7	0,677	0,244	Valid
Y1	0,725	0,244	Valid
Y2	0,682	0,244	Valid
Y3	0,727	0,244	Valid
Y4	0,160	0,244	Tidak Valid
Y5	0,436	0,244	Valid
Y6	0,630	0,244	Valid
Y7	0,531	0,244	Valid

Sumber: Data diolah SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 2 di atas, dapat diketahui bahwa nilai r hitung untuk ketiga variabel penelitian yang diuji bernilai lebih dari r tabel (0,244). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pada variabel X1, dan X2 memiliki hasil r hitung > r tabel (0,244), sehingga dapat dinyatakan valid sehingga dapat digunakan sebagai pernyataan kuisioner pada penelitian ini dan Y yang memiliki nilai r hitung > r tabel (0,244) yang dapat digunakan sebagai pernyataan kuisioner dan terdapat 1 pernyataan (Y4) yang memiliki nilai r hitung < r tabel (0,244) sehingga pernyataan tersebut di buang atau dihilangkan. Hal ini dikarenakan pernyataan tersebut sudah terjawab oleh salah satu dari 6 pernyataan yang telah valid.

2. Uji Reliabilitas

Tahap pengujian setelah pengujian validitas adalah uji reliabilitas yang merujuk pada metode pengujian instrumen penelitian yang ketika diterapkan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang konsisten. Koefisien korelasi alpha dapat dianggap reliabel jika nilai koefisien reliabilitasnya lebih besar dari 0,60, sebaliknya, jika nilainya kurang dari 0,60, maka instrumen tersebut dianggap tidak reliabel. Hal ini menunjukkan pentingnya pengujian reliabilitas dalam memastikan akurasi dan konsistensi data yang diperoleh dari instrumen penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Cross of Value	Keputusan
Kelompok Teman Sebaya	0,864	0,60	Reliable
Status Sosial Ekonomi Orang Tua	0,817	0,60	Reliable
Perilaku Konsumtif	0,707	0,60	Reliable

Sumber: Data diolah SPSS, 2025

Berdasarkan Tabel 3 di atas maka dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel karena masing-masing dari variabel memiliki Cronbach Alpha > 0,60.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menentukan apakah populasi dari data yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data berdistribusi normal, maka analisis dapat menggunakan uji statistik parametric, sebaliknya, jika tidak normal, uji statistik non parametrik harus diterapkan. Distribusi dikategorikan sebagai normal jika nilai probabilitasnya lebih besar dari 0,05, sedangkan jika kurang dari 0,05, distribusi dianggap tidak normal. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan model Kolmogorov-Smirnov dengan merujuk pada tabel uji normalitas.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		63
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^{a,b}	Std.	3.38421002
	Deviation	
Most Extreme	Absolute	.052
Differences	Positive	.052
	Negative	-.043
Test Statistic		.052
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah SPSS, 2025

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa nilai sig. pada pengujian normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov adalah $0,200 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menentukan apakah terdapat penyimpangan dari asumsi klasik mengenai heteroskedastisitas, yaitu adanya perbedaan varian residual di semua pengamatan dalam model regresi. Masalah ini dianggap tidak ada jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05, dan sebaliknya jika nilainya kurang dari 0,05.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.531	1.202			2.106	.039		
	Kelompok								
	Teman	-.021	.043	-.074		-.477	.635	.698	1.434
	Sebaya								

Status Sosial Ekonomi Orang Tua	.034	.056	.092	.598	.552	.698	1.434
---------------------------------	------	------	------	------	------	------	-------

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Data diolah SPSS, 2025

Dari Tabel 5 diketahui bahwa nilai signifikansi dari semua variabel lebih besar dari 0,05 (alpha 5%), yang berarti tidak ada pengaruh terhadap X1 dan X2 terhadap harga mutlak residual sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dan asumsi non heteroskedastisitas terpenuhi.

c. Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui kesalahan standar estimasi model dalam penelitian. Jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) > 10 , ini menunjukkan adanya multikolinieritas di antara variabel bebas. Sebaliknya, jika nilai VIF < 10 , maka tidak terdapat multikolinieritas antar variabel bebas.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	10.002	2.073		4.824	.000		
Kelompok Teman Sebaya	.140	.075	.255	1.868	.067	.698	1.434
Status Sosial Ekonomi Orang Tua	.197	.097	.277	2.027	.047	.698	1.434

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: data diolah SPSS, 2025

Berdasarkan Tabel 6 diatas yang menunjukkan bahwa nilai VIF variabel kelompok teman sebaya (X1) dan variabel status sosial ekonomi orang tuan (X2) adalah $1,434 < 10$ dan nilai tolerance value $0,698 > 0,1$ maka dapat diartikan bahwa model regresi berganda bebas dari multikolinieritas dengan demikian asumsi non multikolinieritas terpenuhi.

4. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	10.002	2.073		4.824	.000
Kelompok Teman Sebaya	.140	.075	.255	1.868	.067
Status Sosial Ekonomi Orang Tua	.197	.097	.277	2.027	.047

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data diolah SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 7 di atas maka diperoleh hasil uji regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 10,002 + 0,140X_1 + 0,197X_2 + e$$

Persamaan regresi di atas menunjukkan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen secara parsial. Dari Interpretasi regresi linier di atas adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 10,002. Maka hal ini menunjukkan bahwa variabel X_1 dan X_2 bernilai nol atau tidak ada, maka pengaruh perilaku konsumtif bernilai 10,002.
- 2) Nilai koefisien variabel kelompok teman sebaya X_1 sebesar 0,140 yang menunjukkan adanya hubungan antara variabel kelompok teman sebaya X_1 dengan perilaku konsumtif Y yang searah. Jika variabel kelompok teman sebaya X_1 mengalami kenaikan satu satuan maka perilaku konsumtif Y akan mengalami kenaikan sebesar 0,140.
- 3) Nilai koefisien variabel status sosial ekonomi orang tua X_2 sebesar 0,197 yang menunjukkan adanya hubungan antara variabel status sosial ekonomi orang tua X_2 dengan perilaku konsumtif Y yang searah. Jika variabel status sosial ekonomi orang tua X_2 mengalami kenaikan satu kesatuan maka perilaku konsumtif Y akan mengalami kenaikan sebesar 0,197.

b. Uji T

Uji t digunakan untuk membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara X terhadap Y . Uji t dilakukan dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} , pada taraf sig 0,05 dengan kriteria apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis diterima dan berlaku sebaliknya. Nilai t_{tabel} dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$\begin{aligned}
 t_{tabel} &= t (a/2 : n - k) \\
 &= t (0,05/2 : 63 - 3) \\
 &= t (0,025 : 60) = 2,000
 \end{aligned}$$

**Tabel 8 Uji T-Statistik
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.197	1.812		6.730	.000
kelompok teman sebaya	.223	.064	.407	3.484	.001
Status Sosial Ekonomi Orang Tua	.296	.083	.417	3.585	.001

a. Dependent Variable: perilaku konsumtif

Sumber: Data diolah SPSS, 2025

- 1) Hasil uji variabel kelompok teman sebaya X1 terhadap perilaku konsumtif Y

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel 8 dapat dijelaskan hasil uji t. Pengujian pengaruh variabel kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif menghasilkan t_{hitung} sebesar 3,484 dan lebih besar dari t_{tabel} yaitu 2,000 ($t_{hitung} > t_{tabel} = 3,484 > 2,000$) dan nilai signifikansinya adalah 0,001 lebih kecil dari nilai sig 0,05 (0,001 < 0,05). Sesuai dengan kriteria tersebut, maka H1 diterima dan H0 ditolak. Artinya kelompok teman sebaya berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Bidikmisi UIN FAS Bengkulu Tahun 2021.

- 2) Hasil uji variabel status sosial ekonomi orang tua X2 terhadap perilaku konsumtif Y

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel 8 dapat dijelaskan hasil uji t. Pengujian pengaruh variabel status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif menghasilkan t_{hitung} sebesar 3,585 dan lebih besar dari t_{tabel} yaitu 2,000 ($t_{hitung} > t_{tabel} = 3,585 > 2,000$) dan nilai signifikansinya adalah 0,001 lebih kecil dari nilai sig 0,05 (0,001 < 0,05). Sesuai dengan kriteria tersebut, maka H1 diterima dan H0 ditolak. Artinya status sosial ekonomi orang tua berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Bidikmisi UIN FAS Bengkulu Tahun 2021.

c. Uji F-Statistik

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikansi dari variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan langkah membandingkan antara nilai dari F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf

signifikansi 0,05 (5%). Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima dan berlaku sebaliknya.

Tabel 9. Hasil Uji t

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	199.572	2	99.786	8.432	.001 ^b
	Residual	710.078	60	11.835		
	Total	909.651	62			

- a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif
- b. Predictors: (Constant), Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya

Sumber: Data diolah SPSS, 2025

Berdasarkan Tabel 9 diperoleh nilai F_{hitung} yaitu 8,432 dengan signifikansinya sebesar 0,001. Nilai F_{hitung} selanjutnya dibandingkan dengan nilai F_{tabel} dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 F_{tabel} &= (a) (2 : n-k) \\
 &= (0,05) (2 : 63 - 3) \\
 &= (0,05) (2 : 60) = 3,150
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil rumus diatas maka dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $8,432 > 3,150$ dan hasil signifikansi $<$ nilai batas sig yaitu $0,001 < 0,05$. Berdasarkan nilai kriteria tersebut maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya bahwa variabel kelompok teman sebaya dan variabel status sosial ekonomi orang tua berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Bidikmisi UIN FAS Bengkulu Tahun 2021.

d. Uji Koefisien Determinasi (R square)

Dalam pengujian koefisien determinasi ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel kelompok teman sebaya (X_1) dan status sosial ekonomi orang tua (X_2) terhadap variabel perilaku konsumtif (Y) dengan menghitung nilai R square (koefisien determinasi).

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R square)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.468 ^a	.219	.193	3.440

- a. Predictors: (Constant), Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya

- b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data diolah SPSS, 2025

Berdasarkan hasil pengujian Tabel 10 diketahui bahwa besarnya nilai R dalam nilai regresi berganda sebesar 0,468 yang menunjukkan bahwa terdapat

hubungan antara kelompok teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif sebesar 0,468. Sedangkan besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan dalam tabel R square sebesar 0,219 yang menunjukkan bahwa kontribusi semua variabel independen yaitu kelompok teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua mampu menjelaskan variabel dependen yaitu perilaku konsumtif sebesar 21,9% sedangkan 78,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti memperoleh jawaban bahwa kelompok teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Bidikmisi UIN FAS Bengkulu Tahun 2021 baik secara parsial maupun simultan. Sehingga berdasarkan pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti maka diperoleh jawaban untuk masing-masing rumusan masalah dan uji hipotesis penelitian, hasil dari pengujian adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Bidikmisi UIN FAS Bengkulu tahun 2021.

Berdasarkan hasil pengujian uji t yang dapat dilihat pada tabel 4.16 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh variabel kelompok teman sebaya (X1) terhadap perilaku konsumtif (Y). Artinya semakin tinggi kelompok teman sebaya maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtif, dan semakin rendah kelompok teman sebaya maka akan semakin rendah pula perilaku konsumtif. Hal ini sesuai dengan hasil kelompok teman sebaya mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 3,484 dan lebih besar dari t_{tabel} yaitu 2,000 ($t_{hitung} > t_{tabel} = 3,484 > 2,000$) dan nilai signifikansinya adalah 0,001 lebih kecil dari nilai sig 0,05 ($0,001 < 0,05$). Sesuai dengan kriteria tersebut, maka H1 diterima dan H0 ditolak. Artinya kelompok teman sebaya berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Bidikmisi UIN FAS Bengkulu Tahun 2021.

2. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Bidikmisi UIN FAS Bengkulu tahun 2021.

Berdasarkan hasil pengujian uji t yang dapat dilihat pada tabel 4.17 menunjukkan bahwa terdapat Pengujian pengaruh variabel status sosial ekonomi orang tua (X2) terhadap perilaku konsumtif (Y). Artinya semakin tinggi tingkat status sosial ekonomi orang tua maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Hal ini sesuai dengan hasil t_{hitung} sebesar 3,585 dan lebih besar dari t_{tabel} yaitu 2,000 ($t_{hitung} > t_{tabel} = 3,585 > 2,000$) dan nilai signifikansinya adalah 0,001 lebih kecil dari nilai sig 0,05 ($0,001 < 0,05$). Sesuai dengan kriteria tersebut, maka H1 diterima dan H0 ditolak. Artinya status sosial ekonomi orang tua berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Bidikmisi UIN FAS Bengkulu Tahun 2021.

3. Pengaruh Simultan Antara Kelompok Teman Sebaya Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Bidikmisi UIN FAS Bengkulu Tahun 2021.

Berdasarkan hasil uji F yang terdapat pada tabel 4.18 menyatakan terdapat pengaruh simultan antara kelompok teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif. Hal itu dapat dibuktikan dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $8,432 > 3,150$ dan hasil signifikansi $<$ nilai batas sig yaitu $0,001 < 0,05$. Berdasarkan nilai kriteria tersebut maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya bahwa variabel kelompok teman sebaya dan variabel status sosial ekonomi orang tua berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Bidikmisi UIN FAS Bengkulu Tahun 2021.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh kelompok teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Bidikmisi UIN FAS Bengkulu tahun 2021. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel kelompok teman sebaya (X_1) secara signifikan berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif (Y) Pada mahasiswa Bidikmisi UIN FAS Bengkulu tahun 2021. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$.
2. Variabel status sosial ekonomi orang tua (X_2) secara signifikan berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif (Y) Pada mahasiswa Bidikmisi UIN FAS Bengkulu tahun 2021. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$.
3. Variabel kelompok teman sebaya (X_1) dan status sosial ekonomi orang tua (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif (Y) Pada mahasiswa Bidikmisi UIN FAS Bengkulu tahun 2021. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $8,432 > 3,150$ dan hasil signifikansi $<$ nilai batas sig yaitu $0,001 < 0,05$ dan nilai R square sebesar 0,219 atau 21,9% yang berarti bahwa variabel kelompok teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua mampu menjelaskan atau memiliki kontribusi terhadap variabel perilaku konsumtif sebesar 21,9% sedangkan 78,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak masuk dalam model.

Berdasarkan kesimpulan diatas, saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Peneliti berharap pada penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh kelompok teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif pada universitas daerah lain yang dianggap dapat memotivasi orang lain untuk menghindari perilaku konsumtif.
2. Untuk Mahasiswa Bidikmisi UIN FAS Bengkulu tahun 2021 agar lebih rasional dan cermat dalam melakukan konsumsi, yaitu agar bisa mendahulukan memenuhi kebutuhan daripada keinginan.
3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan mampu meneliti lebih mendalam dan menambahkan variabel pendidikan di dalam penelitian untuk mengetahui

pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang belum dibahas dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Advertorial, 'Biar Belanja Online Enggak Bikin Boros, Terapkan Cara Ini', 03 Oktober 2024 <[Https://tinyurl.com/A5p7ehv7](https://tinyurl.com/A5p7ehv7)>. [Diakses, 28 November 2024]
- Advertorial. (2024). *Biar Belanja Online Enggak Bikin Boros, Terapkan Cara Ini*.
- Al Farasyi, F., & Iswati, H. (2021). Pengaruh Media Sosial, E-Lifestyle Dan Budaya Digital Terhadap Perilaku Konsumtif. *Syntax Idea*, 3(11), 2355–2371.
- Aldes, R. (2022). *Pengaruh Penggunaan Fitur Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi Uin Raden Intan Lampung Pengguna Shopee)*. Uin Raden Intan Lampung.
- Alya, R. (2024). *Gaya Hidup Konsumerisme: Implikasi Pada Kondisi Sosial Dan Ancaman Keseimbangan Ekosistem*. Katalon.
- Ar-Rizki, H., Siahaan, P. G., Purba, N. R., Safitri, Y., Malau, M. M. B., Saragih, P. T. B., Siregar, S. W., & Tambunan, E. (2024). Analisis Penyebab Tingginya Sikap Egoisme Dalam Tugas Kelompok Di Prodi Pendidikan Biologi Kelas A Unimed. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (Jrpp)*, 7(4), 16311–16317.
- Aulianingrum, R. D., & Rochmawati, R. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Siswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 15(2), 198–206.
- Despita, U. (2022). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Ilmu Ekonomi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh). *Journal Of Economic Perspectives*, 2(1), 1–4.
- Dr. H. Bambang Syamsul Arifin, M. S. (2015). *Dinamika Kelompok* (1st Ed.).
- Framuditya, F., Febrianty, V., & Firmansyah, R. (N.D.). Pengaruh Teknik Negoisasi Pada Platform Live Shopee Dalam Meningkatkan Penjualan. *Journal Media Public Relations*, 2(1), 23–33.
- Jailani, M. S., & Saksitha, D. A. (2024). Teknik Analisis Data Kuantitatif Dan Kualitatif Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal Genta Mulia*, 15(2), 79–91.
- Iendy Zilviean; Adhari And Others, (2021)Teori Penafsiran Al Qur'an -Al Hadits Dan Teori Ekonomi Islam Menurut Para Ahli, Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.
- Kiki Safitri, "Survei Populix: 54 Persen Masyarakat Ri Belanja Di "E-Commerce", Mayoritas Gen Z", *Kompas.Com*, 07 Desember 2023 <[Https://tinyurl.com/Bddtn2ua](https://tinyurl.com/Bddtn2ua)> [Diakses, 27 November 2024]

- Mujahidah, A. N. (2022). *Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganannya (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di Smk Negeri 8 Makassar)*.
- Nabilla, T. (2023). *80 Persen Konsumen Belanja Online Orang Muda Dan Wanita*. Kompas.Com, 22 Maret.
- Partadisastra, A. M., Taji, B. S., Sulistiawati, D., & Hasanah, H. (2022). Dampak Globalisasi Informasi Terhadap Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Jakarta. *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1).
- Putri, L. R., Deliana, S. M., & Rizki, B. M. (2017). Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku Membolos Pada Remaja Smkn 10 Semarang. *Intuisi: Jurnal Psikologi Ilmiah*, 9(2), 101–114.
- Qurrotuaini, P. W., Puspitasari, D., Rohmah, N., Fatimah, A. N., & Mullah, N. Y. H. (2022). Analisis Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi-Kip Kuliah Angkatan 2020 Uin Raden Mas Said Surakarta. *Academica: Journal Of Multidisciplinary Studies*, 6(1), 147–168.
- Safitri, K. (2023). *“Survei Populix: 54 Persen Masyarakat Ri Belanja Di ‘E-Commerce’, Mayoritas Gen Z.”* Kompas.Com.
- Sari, M. (2019). *Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Kontrol Diri Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas Islam Riau*. Universitas Islam Riau.
- Septiansari, D., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi*, Wonosobo: Unmuh Prof. Dr. Hamka (Uhamka), 5.