
Pengaruh Media Sosial dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa: Studi Kasus Mahasiswa Febi UINSU

Aqila Tamima¹, Mhd. Arifta Pulung Tumangger², Dini Lestari³

¹Mahasiswa, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

²Mahasiswa, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

³Dosen, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Korespondensi Penulis:

aqila251017@gmail.com , arifpudantumangger@gmail.com ,

dinilestarihasibuan@gmail.com

Abstract

The aims of this study were: 1) to determine the effect of social media on student consumptive behavior; 2) to determine the influence of peers on student consumptive behavior; 3) to determine the effect of social media and peers on the consumptive behavior of Febi Uinsu students. This type of correlational research with a sample of 100. The data collection technique uses a questionnaire. The data analysis technique uses multiple linear regression. The results of the study show 1) there is an influence of social media on student consumptive behavior; 2) there is influence of peer association on student consumptive behavior and 3) there is influence of social media and peers on student consumptive behavior.

Keywords : *Social Media, Peers, Consumptive Behavior*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah: 1) untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa; 2) untuk mengetahui pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa; 3) untuk mengetahui pengaruh media sosial dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Febi Uinsu. Jenis penelitian korelasional dengan sampel sejumlah 100. Teknik pengumpulan data menggunakan angket. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan 1) ada pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa; 2) ada pengaruh pergaulan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dan 3) ada pengaruh media sosial dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Kata Kunci : Media Sosiasl, Teman Sebaya, Perilaku Konsumtif

PENDAHULUAN

Indonesia pada umumnya telah mengalami perubahan yang begitu cepat menghadapi terpaan modernitas dan globalisasi yang menuntut manusia untuk bisa mengikuti perkembangan zaman. Saat ini globalisasi terjadi hampir diseluruh aspek kehidupan termasuk bidang sosial ekonomi yang dapat dikatakan telah meningkatkan taraf kehidupan masyarakat. Sehingga Kegiatan konsumsi tidak akan pernah bisa lepas dari kehidupan manusia. Karena kebutuhan manusia tidak terbatas dan manusia harus dapat memenuhi setiap kebutuhannya. Namun pada hakikatnya manusia selalu saja merasa kurang atau selalu merasa tidak puas akan sesuatu. Apabila satu kebutuhan sudah terpenuhi maka kebutuhan lain akan muncul.

Manusia selalu disebut sebagai makhluk ekonomi karena selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang tidak terbatas, baik itu berupa barang ataupun jasa. Ekonomi adalah salah satu indikator dalam kemajuan suatu bangsa. Pemerintah dikatakan berhasil apabila pemerintah bisa mengatur kegiatan perekonomian dengan baik dan benar untuk meningkatkan kesejahteraan hidup seluruh masyarakatnya. Di era globalisasi seperti sekarang ini pembicaraan tentang kegiatan ekonomi seperti produksi,

distribusi, konsumsi hingga pertumbuhan dan perkembangan ekonomi dari skala nasional hingga internasional bisa kita dengar dan kita dapatkan dengan lebih mudah dimana saja dan kapan saja, baik secara langsung maupun melalui media cetak dan elektronik.

Perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat saat ini telah memasuki sendi-sendi kehidupan yang tidak dapat dihindari. Media sosial sebagai salah satu perkembangan teknologi dan informasi sangat pesat. Masyarakat saat ini semakin bergantung pada internet untuk mendapatkan informasi, untuk membandingkan berbagai alternatif pembelian dan memaksimalkan pengetahuan mereka sebelum membuat keputusan penting tentang pembelian. Media sosial juga dianggap membantu dalam memberikan, menerima, dan memudahkan bertukar informasi tanpa batasan waktu, menjadi alat komunikasi sederhana bagi siapapun, kapanpun dan dimanapun untuk tetap berhubungan dengan teman, kerabat maupun keluarga. Whatsapp, Instagram, Facebook, hingga Twitter menjadi alat dinamis yang dapat memfasilitasi hubungan antar individu dan komunitas untuk berinteraksi dengan pengguna lain secara online melalui media sosial Klieb (dalam Ginting 2020). Pemanfaatan dan penggunaan media sosial

dapat memberikan efek positif dan negatif jika dikaitkan dengan perubahan pola perilaku pengguna.

Kebutuhan manusia menjadi kegiatan konsumsi yang semakin tidak terbatas. Setiap orang memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda. Seiring perkembangan masyarakat, pola pikir individu harus siap menghadapi tantangan global yang dapat memengaruhi gaya hidup masyarakat seperti pola konsumsi yang terutama mengarah pada perilaku konsumsi. Manusia pada dasarnya merasa tidak puas dan tidak cukup dengan apa yang telah dicapai. Ketika manusia dapat memenuhi kebutuhan mereka sebelumnya dan kebutuhan mereka saat ini, kebutuhan lain muncul. Sebagian konsumen dapat bertindak rasional, namun masih banyak pula yang bertindak tidak rasional atau berperilaku secara berlebihan.

Menurut Sumartono 2002 (dalam Isnawati 2021) Konsumtif merupakan suatu tindakan yang dilakukan secara berlebihan dan penggunaan suatu produk secara tidak tuntas. Artinya orang yang membeli produk bukan karena produk yang dimiliki telah habis, melainkan karena adanya iming-iming hadiah atau diskon. Awalnya hanya untuk membeli barang A atau hanya sekedar melihat-lihat, tetapi ketika sudah di lokasi perbelanjaan seperti banyak barang-barang

yang membuat konsumen tertarik sehingga menyebabkan untuk membeli apa yang diinginkan dan tanpa merencanakan terlebih dahulu dan bahkan produk yang ditawarkan tersebut sedang trend. Fenomena perilaku konsumtif ini tentunya akan terus berkembang, dikarenakan adanya faktor yang dapat menyebabkan munculnya perilaku konsumtif, salah satunya adalah gaya hidup (Anggraini & Santhoso, 2019).

Di samping itu pergaulan dengan teman sebaya juga sangat mempengaruhi perubahan perilaku seseorang dalam memenuhi kebutuhannya. Pengaruh pergaulan dari kelompok teman sebaya ini bersifat eksternal. Bila tidak mempunyai dorongan internal, minat, bakat atau kemampuan yang dibutuhkan untuk menyelesaikan suatu tugas, maka kemungkinan besar remaja akan mengalami kegagalan. Dengan demikian pengaruh dari pergaulan teman sebaya maka jelas tampak sekali bila penggunaan alat teknologi dan informasi sangat mempengaruhi perubahan perilaku seseorang di dalam kehidupan sehari-hari utamanya dalam perilaku memenuhi kebutuhannya atau konsumtif.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Sosial Media dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif

Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Febi UINSU).

TINJAUAN TEORETIS

Media Sosial

Menurut tata bahasa, media sosial, atau "social media" dalam bahasa Inggris, terdiri dari kata "sosial" dan "media", di mana "media" adalah wadah atau lokasi sosial yang sebenarnya (www.id.wikipedia.org/wiki/Facebook/). Media sosial adalah platform online tempat pengguna dapat berkontribusi, berbagi, dan membuat materi dengan mudah. Jejaring sosial, blog, dan wiki adalah contoh platform media sosial yang sering digunakan oleh orang di seluruh dunia.

Menurut Kaplan Pembuatan dan distribusi " user generated content " dimungkinkan melalui berbagai aplikasi berbasis internet yang dikenal sebagai media sosial. (<https://id.wikipedia.org/wiki/Media>). Aplikasi ini didirikan pada dasar filosofis dan teknologi Web 2.0. Berbagai media berkembang seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang dapat membantu individu mengakses berbagai hal dengan lebih mudah, salah satunya adalah media sosial. Bahkan saat ini, media sosial dapat diakses melalui ponsel dengan tampilan yang segar dan

memikat bagi penggunanya, mulai dari internet hingga jejaring sosial.

Pengguna situs jejaring sosial juga melakukan perjalanan ke tempat yang jauh dengan bantuan tower yang disiapkan oleh provider. Hal ini menunjukkan bahwa individu sudah menyadari betapa berharganya media sosial untuk menyebarkan fakta dan informasi kepada banyak orang. Mereka juga semakin sadar akan berbagai keuntungan yang disediakan media sosial di bidang budaya, bisnis, pariwisata, kesehatan, dan bidang lainnya. Kelebihan media sosial antara lain :

- a. Pesan yang disampaikan mungkin berlaku untuk banyak orang, bukan hanya satu.
- b. Dibandingkan dengan media lain, pesan seringkali disampaikan dengan cepat.
- c. Informasi disebarluaskan secara terbuka.

Saat ini, ada banyak platform media sosial lain yang digunakan, termasuk Facebook, Blackberry Messenger, WhatsApp, Yahoo, Twitter, Line, Wechat, Kakao Talk, dan Instagram. Ada beberapa bentuk media sosial, antara lain:

- a. Proyek untuk kolaborasi sama dengan situs web yang memungkinkan orang mengedit, menambah, atau menghapus materi di situs web ini.
- b. Pengguna yang lebih leluasa mengekspresikan diri di blog ini, seperti

dengan curhat atau mengkritik kebijakan pemerintah, sama halnya dengan blog.

- c. Pengguna situs web ini berbagi materi media, seperti video, gambar, gambar, dan lainnya, satu sama lain.
- d. Situs jejaring sosial adalah alat yang menghubungkan pengguna dengan membiarkan mereka membuat profil pribadi yang dapat mereka gunakan untuk berinteraksi dengan orang lain.
- e. Dunia game virtual adalah dunia di mana pemain dapat berinteraksi dengan pemain lain seperti yang mereka lakukan di dunia nyata dengan tampil sebagai avatar yang diinginkan dan muncul di lingkungan 3D.
- f. Lingkungan sosial virtual tempat pengguna dapat berkomunikasi dengan orang lain sambil merasa seolah-olah mereka hidup di lingkungan virtual yang mirip dengan video game.

Teman Sebaya

Teman sebaya merupakan hubungan individu pada anak-anak atau remaja dari segala usia dan tingkat kematangan yang kurang lebih sama, Sentrock (2007). Teman sebaya merupakan kumpulan dari beberapa individu untuk perolehan pengetahuan yang tidak ditemukan dalam keluarga, tempat untuk peningkatan kemampuan dan tempat sekunder setelah keluarga yang cenderung berperilaku baik serta berkontribusi pada

kekurangan yang dimilikinya. Dasar kemungkinan terbentuknya kelompok teman sebaya adalah sebab anak lebih mengutamakan kegiatan yang dilakukan secara bersama seperti bercengkraman, berpergian, pergi ke sekolah dan lain sebagainya. Selain disebabkan oleh lingkungan rumah yang sama, sekolah sama, hingga kegiatan dimasyarakat yang diikuti sama. Maka mahasiswa dengan sadar maupun tidak sadar akan membentuk suatu kelompok dengan temannya yang memiliki berbagai persamaan. Mahasiswa membentuk kelompok dengan aturan aturan tertentu dan mempunyai anggota inti. Dan setiap anggotanya harus berpartisipasi dalam aktivitas kelompoknya.

Pada awalnya, sekelompok teman bermain di luar dan berkumpul di lingkungan sosial sambil mendiskusikan tema tersebut secara lebih luas. Persahabatan mereka tumbuh, dan akhirnya mereka membentuk peer group sebagai tempat menyesuaikan diri dengan kondisi di luar keluarga. Akan berkembang persahabatan dalam kelompok sebaya yang khas dan interaktif. Jika persahabatan memenuhi beberapa kriteria yang ditetapkan, kelompok yang dihasilkan dari kesatuannya dapat disebut demikian. Seorang anggota kelompok sebaya adalah salah satu dari beberapa orang yang kira-kira sama dalam hal tingkat status dan usia

mereka. Teman sebaya, misalnya, dapat digunakan untuk menunjukkan pengelompokan anak dan dewasa. Kelompok sebaya orang tersebut akan mengajari mereka cara bergaul.

Berikut jenis-jenis kelompok teman sebaya menurut Andi (1982):

- a. Remaja yang berteman baik dan memiliki hubungan yang erat satu sama lain membentuk kelompok Chums. Grup ini sering terdiri dari dua sampai tiga Kademi, Ninik Sriyani, teman sebaya, influencer media sosial, dan teman sebaya | 65 dengan hobi, jenis kelamin, dan karakteristik lain yang sama. Terlepas dari konflik sesekali, yang dengan cepat mereka lupakan karena mereka adalah teman sebaya, kesamaan inilah yang membuat grup menjadi lebih dekat.
- b. Biasanya, Cliques (kelompok sahabat) terdiri dari 4-5 orang yang memiliki keterampilan, minat, dan tujuan yang sama. Cliques biasanya melibatkan pasangan dua teman atau sahabat karib. Jenis kelamin dalam kelompok seringkali sama, dan dalam kelompok ini, mereka pertama kali melakukan banyak kegiatan bersama, menonton bersama, menikmati kegiatan waktu luang, menghadiri pesta, dan berbicara di telepon.

- c. Crowds (kelompok yang terdiri dari banyak remaja) lebih besar dari klik dan biasanya terdiri dari banyak remaja. Kesenjangan emosional antara anggota grup juga cukup goyah karena ukuran grup. Bakat dan minat anggota beragam, dan ada berbagai jenis kelamin di antara mereka. Mereka semua khawatir ditolak atau diabaikan oleh anggota kelompok lain, yang mempersatukan mereka.
- d. Untuk melarikan diri dari berbagai organisasi yang telah dibahas sebelumnya, geng biasanya terbentuk dengan sendirinya. Remaja seringkali dipengaruhi oleh keinginan mereka sendiri dan keinginan teman sebayanya, dan mereka juga tumbuh untuk memahami hukum masyarakat. Remaja yang ditolak oleh lingkungan pertemanannya atau yang berjuang untuk menyesuaikan diri mungkin tidak dapat memenuhi tuntutan tersebut. Anggota geng mungkin sama atau sering berbeda satu sama lain.

Menurut Haditono (2004) pertemanan sebaya memiliki sifat-sifat sebagai berikut :

- a. Saling mengerti
- b. Saling menolong
- c. Saling percaya
- d. Saling menghormati dan menerima

- e. Aktivitas dan minat bersama
- f. Empati (merasakan)
- g. Mengisi kekurangan lainnya (teman memiliki kualitas yang diinginkan dan hubungan yang erat).

Perilaku Konsumtif

Kehidupan setiap orang akan dibatasi oleh hukum yang mengharuskan mereka untuk bertindak dan berperilaku dengan cara yang dihargai oleh masyarakat. Tidak diragukan lagi akan ada perubahan yang dibawa oleh kontak manusia di mana pun peradaban ditemukan. Menurut Subadi (2009), transformasi ini diperlukan dan tidak dapat dihindari mengingat banyaknya perubahan yang dibawa oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Perubahan norma, perilaku, nilai, dan pola perilaku manusia yang relevan, baik secara individu maupun kolektif, termasuk dalam perubahan dimaksud.

Menurut teori tindakan, sikap hanya berpengaruh pada tiga hal, yaitu sikap berdampak pada perilaku melalui proses pengambilan keputusan yang bijaksana dan beralasan.

1. Perilaku lebih banyak dipengaruhi oleh sikap tertentu (rasionalitas) terhadap sesuatu daripada sikap yang luas.

2. Norma subyektif, atau pandangan tentang apa yang diinginkan orang lain, berlawanan dengan sikap, merupakan faktor lain yang mempengaruhi perilaku.
3. Keinginan untuk bertindak dengan cara tertentu dibentuk oleh sikap terhadap suatu tindakan dan standar yang sewenang-wenang.

Sederhananya, menurut gagasan ini, seseorang akan terlibat dalam suatu aktivitas jika mereka menganggapnya diinginkan dan jika mereka merasa orang lain menginginkannya. Terkait dengan Mengonsumsi Barang Perilaku konsumtif, menurut Suminar dan Meiyuntari (2013), adalah tindakan terus-menerus mencari hal-hal yang lebih baru, lebih baik, dan lebih banyak dari yang sebenarnya diperlukan untuk menunjukkan status sosial, kekayaan, dan keistimewaan seseorang, serta kepuasan kepemilikan. Perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal terdiri dari:

- a) faktor psikologis, yang meliputi kecenderungan seseorang untuk berbelanja atau melakukan pembelian tanpa menggunakan kemampuan rasionalnya; persepsi, yaitu pendapat yang menyenangkan dari seseorang yang mendorong orang tersebut untuk bertindak secara rasional; sikap dan tingkat

kepercayaan seseorang, dengan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap penjual dan sikap goyah terhadap belanja.

- b) Karakteristik pribadi, seperti usia, pekerjaan, kondisi keuangan, kepribadian, dan jenis kelamin. Sedangkan berikut adalah contoh unsur eksternal yang berdampak pada konsumsi: a. lingkungan sosial, termasuk pergaulan teman sebaya, budaya lokal, kelas sosial ekonomi, dan situasi keluarga.

Wahyudi (2013 : 30) penekanan pada kenyataan bahwa “perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi dilandasi oleh pertimbangan rasional, kecenderungan materialistis, keinginan yang besar untuk memiliki benda-benda yang mewah dan berlebihan, serta penggunaan segala sesuatu yang dianggap paling mahal dan mahal. didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi keinginan untuk kesenangan semata.

Menurut Lina dan Rosyid (dalam Fardhani dan Izzati, 2003:4), ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, antara lain: a.Pembelian impulsif didefinisikan sebagai perilaku pembelian konsumen yang semata-mata dimotivasi oleh keinginan yang tiba-tiba dan dilakukan tanpa pemikiran, perencanaan, atau pengambilan keputusan pada titik pembelian. tanpa

memanfaatkan informasi yang sudah tersedia, seperti keputusan dan aktivitas yang diambil sebelum melakukan pembelian. b.Pembelian boros atau berlebihan mengacu pada jenis pengeluaran yang menghabiskan banyak uang tanpa alasan yang kuat.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang diinginkan (Kasiram,2008). Sumber datanya adalah seluruh mahasiswa Febi UINSU dengan sampel sebagian mahasiswa Febi UINSU sebanyak 100 mahasiswa diambil secara acak atau random.

Data dikumpulkan dengan cara menyebarkan angket/ kuesioner kepada responden. Untuk analisis menggunakan regresi linier berganda yang diolah menggunakan bantuan program SPSS versi 22.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) 22 for windows, adalah sebagai berikut :

Tabel 1
 Hasil Analisis Uji t Pengaruh Media Sosial dan
 Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.008	.559		-.015	.988
	Media Sosial (X1)	.188	.060	.291	3.114	.002
	Teman Sebaya (X2)	.268	.086	.290	3.102	.003

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif (Y)

Pengujian hipotesis berdasarkan tabel 1, dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Hipotesis 1 yaitu diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,114 > t$ tabel 1,985, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y.
2. Hipotesis 2 yaitu diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0,003 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,102 > t$ tabel 1,985, sehingga dapat disimpulkan H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh X2 terhadap Y.

Tabel 2
 Hasil Analisis Uji f Pengaruh Media Sosial dan
 Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.937	2	6.468	13.166	.000 ^b
	Residual	47.653	97	.491		
	Total	60.590	99			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif (Y)

b. Predictors: (Constant), Teman Sebaya (X2), Media Sosial (X1)

Pengujian hipotesis berdasarkan tabel 2, diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $13,166 > t$ tabel 3,089 sehingga

dapat di simpulkan bahwa H3 diterima, yang berarti terdapat pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y.

Tabel 3
 Hasil Analisis Koefisien diterminasi Pengaruh Media Sosial dan
 Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.462 ^a	.214	.197	.70091

a. Predictors: (Constant), Teman Sebaya (X2), Media Sosial (X1)

Berdasarkan Tabel di atas diketahui nilai R Square sebesar 0,214. Hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap variabel Y adalah sebesar 21,4%.

Perkembangan teknologi tidak bisa dipungkiri lagi akan berpengaruh pada para penggunanya baik anak-anak, remaja dan orang tua. Seperti saat ini, perkembangan teknologi khususnya internet utamanya penggunaan media sosial sudah masuk ke sendi-sendi kehidupan mereka. Apapun yang terjadi di dunia luar, waktu dan tempat tidak dapat mencegahnya. Hal ini tentunya akan mempengaruhi perilaku seseorang dalam berbelanja online untuk memenuhi kebutuhannya. Sesuai dengan hasil penelitian ini terbukti bahwa penggunaan media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif karena nilai sig. sebesar 0,002 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05. Perilaku dimaksud dapat berupa perilaku yang positif atau negatif. Sehingga setiap individu harus

memahami bahwa apa yang diketahuinya di media sosial belum tentu baik untuk perkembangan perilakunya. Seperti yang kita ketahui, media sosial kini menawarkan berbagai macam produk dengan berbagai fasilitas kemudahan, harga terjangkau dan mudah didapat tanpa harus keluar rumah. Media sosial yang berkembang ini diprediksi dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa untuk memenuhi segala kebutuhannya.

Selain itu, perilaku seseorang juga dipengaruhi oleh kelompok teman sebayanya yang merupakan peluang besar bagi seseorang untuk mengalami proses pembelajaran sosial. Bergaul dengan teman sebaya merupakan persiapan penting bagi kehidupan setelah dewasa. Dalam dunia kerja, dalam kehidupan

keluarga, dan dalam kegiatan rekreasi orang harus bergaul dengan orang-orang lain yang sebaya (Ahmadi, 2004). Pergaulan dengan teman sebaya penting untuk mendorong perkembangan psikososial seseorang dalam bergaul dan bersosialisasi dengan orang lain. Dengan pergaulan teman sebaya juga dapat membawa dampak positif dan negatif bagi semua orang terutama remaja. Masa remaja merupakan suatu tahapan yang banyak terjadi perubahan, baik secara fisik maupun psikologis, dimana mereka diharapkan mampu menyesuaikan diri dengan perubahan yang dialaminya dan dampak dari perubahan yang dialaminya. Sehingga perilaku kelompok memiliki pengaruh yang besar terhadap perilaku anggota individu.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian ini bahwa teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa karena nilai sig. sebesar 0,003 lebih besar dari nilai probabilitas 0,05. Perilaku konsumtif mahasiswa disebabkan karena mereka berteman dengan berbagai latar belakang baik sosial, ekonomi, keluarga dan sebagainya. Sehingga untuk menunjukkan jatidirinya dikelompoknya mereka cenderung untuk terlihat berbeda dari orang lain, sehingga untuk memenuhi keinginannya mereka akan mengeluarkan uang untuk mendapatkan

penampilan yang diinginkan. Darmiyati (1995) mengatakan bahwa tindakan seseorang selain dipengaruhi keyakinan pribadi (behavior belief) juga di pengaruhi oleh keyakinan kelompok (group belief). Individu cenderung mengambil tindakan tertentu ketika mereka percaya bahwa tindakannya itu akan disetujui oleh kelompoknya.

Sebaliknya tidak akan mendukungnya apabila ia yakin bahwa kelompoknya. Sesuai dengan hasil pengujian hipotesis 3 terbukti bahwa ada pengaruh media sosial dan pergaulan teman sebaya secara simultan terhadap perilaku konsumtif karena nilai sig. sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05. Jadi, bisa dikatakan dengan berbagai penawaran promosi, kemudahan berbelanja, harga yang murah, cepat dan praktis dapat membeli berbagai produk yang diinginkan tanpa harus datang ke lokasi penjualan yang ada di media sosial dan pergaulan teman sebaya baik teman kampus maupun teman di duna maya dapat memprediksi atau mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Dengan adanya media sosial dan pergaulan teman sebaya akan mampu merubah pola pikir dan gaya hidup seseorang untuk cenderung konsumtif.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil analisa data simpulannya adalah sebagai berikut :

- 1) Ada pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Sig. $0,002 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,114 > t$ tabel $1,985$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, H_0 ditolak.
- 2) Ada pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Sig. $0,003 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,102 > t$ tabel $1,985$, sehingga dapat disimpulkan H_a diterima, H_0 ditolak.
- 3) Ada pengaruh media sosial dan teman sebaya secara bersamaan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Sig. $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $13,166 > t$ tabel $3,089$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, H_0 ditolak. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel media sosial dan teman sebaya baik secara sendiri-sendiri maupun bersamaan dapat mempengaruhi perilaku konsumtif.

Saran

Adapun beberapa saran yang peneliti berikan dalam penelitian yang telah dilaksanakan antara lain: 1) Untuk penggunaan media sosial, agar lebih bijak untuk tidak mengikuti orang lain atau trend

yang sedang trend saat ini, agar semua orang paham bahwa apa yang diketahuinya di media sosial belum tentu baik untuk perkembangan perilakunya.; 2) Dalam pergaulan teman sebaya mahasiswa dapat secara positif memengaruhi lingkungannya dan saling memotivasi dalam hal kebaikan; 3) Keberadaan media sosial dapat dimanfaatkan untuk membangun komunitas yang bersatu, dan menerapkan prinsip ekonomi dan menjauhi perilaku yang cenderung konsumtif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Abu.2004. *Sosiologi Pendidikan*. Jakarta:Rineka Cipta
- Azwar. 2009. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Edisi ke 2. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dariyo, Agoes. 2004. *Psikologi Perkembangan Remaja*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Darmiyati Zuchdi. 1995. "Pembentukan Sikap",Cakrawala Pendidikan. No. 3. Th.XIV, November. Yogyakarta: LPM IKIP Yogyakarta. Hlm. 51-63.
- Hidayat, Z. 2014. *Masa Depan Media, Masa Depan Indonesia: Perubahan Konsepsi Khalayak ke Partisipan dalam Perspektif Generasi, dalam Masa Depan Komunikasi, Masa Depan Indonesia: Jurnalisme Profesional dan Literasi Media*. hlm.41-82. Rajab Ritonga (editor). Jakarta: ISKI Press.

Haditomo, Siti Rahayu. 2004. *Psikologi Perkembangan*. Yogyakarta: Gadjah Mada Universty

Mappiare, Andi. 1982. *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional

Suminar dan Meiyuntari. 2013. *Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja, Personal*. Jurnal Psikologi Indonesia. Mei 2015, Vol. 4, No. 02, hal 145 – 152.

Sarwono. 2009. *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Saifuddin, Azwar. 1997. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sentrock, John W. 2007. *Perkembangan Anak Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.

<https://id.wikipedia.org/wiki/facebook>

<https://id.wikipedia.org/wiki/Internet>.