

# PENGARUH STATUS SOSIAL EKONOMI ORANG TUA, LITERASI EKONOMI DAN *LIFE STYLE* TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI IKIP PGRI BOJONEGORO

**Rika Pristian Fitri Astuti**

Program Studi Pendidikan Ekonomi

Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, IKIP PGRI Bojonegoro

E-mail :

**Abstrak :** *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro.* Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengetahui pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. (2) Mengetahui pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. (3) Mengetahui pengaruh life style terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. (4) Mengetahui pengaruh status sosial ekonomi orang tua, literasi ekonomi dan life style terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner dengan teknik pengambilan sampel menggunakan random sampling . Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan (1) Status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. (2) Literasi ekonomi berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa IKIP PGRI Bojonegoro. (3) Life style berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa IKIP PGRI Bojonegoro. (4) Status sosial ekonomi orang tua, literasi Ekonomi dan life style berpengaruh terhadap perilaku konsumsi Mahasiswa Jurusan pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro.

**Kata Kunci:** Perilaku Konsumsi, Status Sosial, Literasi Ekonomi, dan *Life Style*

## PENDAHULUAN

Setiap manusia pasti melakukan kegiatan konsumsi dan kegiatan konsumsi ini dilakukan setiap hari. Tujuan dari kegiatan konsumsi adalah untuk memperoleh kepuasan setinggi-tingginya atas penggunaan barang dan jasa serta mencapai tingkat kemakmuran. Perilaku konsumsi dipengaruhi faktor intern dan ekstern, faktor intern antara lain dipengaruhi oleh faktor kepribadian yang meliputi motif, IQ, emosi, cara berfikir dan persepsi

Konsumsi adalah penggunaan barang dan jasa yang ditujukan langsung untuk memenuhi kebutuhan hidup (Sukwiaty dkk, 2006: 28). Salah satu lapisan konsumen dalam

melakukan kegiatan konsumsi adalah remaja. Remaja memiliki kemampuan berkonsumsi yang tinggi karena mereka cenderung menjadi *trend center* dalam kegiatan berkonsumsi.

Salah satu kalangan remaja yang menjadi sasaran dalam penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro tahun 2014. Perilaku mahasiswa cenderung pada kegiatan berkonsumsi rasional dan kegiatan berkonsumsi irasional. Apabila mahasiswa berkonsumsi secara irasional maka akan cenderung berperilaku konsumtif. Mahasiswa diharapkan melakukan tindakan ekonomis dalam melakukan kegiatan konsumsi.

Mahasiswa hendaknya sadar bahwa tidak selamanya kebutuhan yang

dicari akan terpenuhi karena masalah kelangkaan. Sesuai dengan yang disampaikan Raharja dan Manurung (2010: 1) bahwa keputusan dalam menentukan pilihan bukanlah pekerjaan yang mudah, sebab berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Dilanjutkan oleh Raharja dan Manurung karenanya manusia perlu belajar bagaimana menentukan pilihan, hal inilah yang akan dipelajari dalam ilmu ekonomi (*economic*). Dengan demikian ilmu ekonomi membantu manusia agar upaya kearah pemenuhan kebutuhan yang selalu langka tersebut bisa dilakukan dengan baik.

Perilaku konsumsi dapat diartikan sebagai tindakan menggunakan barang dan jasa. Dimana untuk memperolehnya harus disisihkan dari penghasilan yang diperoleh seseorang. Dengan kata lain seorang konsumen harus bertindak bijaksana dalam mempergunakan atau membelanjakan uangnya dengan cara bertindak ekonomis yaitu mempertimbangkan hasil dan pengorbanan.

Rasional merupakan suatu tindakan manusia yang senantiasa direncanakan sebelumnya dan dilakukan secara sadar melalui pemikiran matang dalam hal tindakan ekonomi. Diharapkan bahwa seseorang dapat mendasari tindakan ekonominya dengan tujuan mencapai efektifitas dan efisiensi ekonomi. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya bahwa status sosial ekonomi juga mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Dimana status sosial ekonomi akan menentukan tingkat pengalaman dalam kehidupan ekonomi sehari-hari. Selain itu terdapat perbedaan aktifitas antara keluarga yang berstatus sosial ekonomi tinggi dengan status sosial ekonomi rendah.

## KAJIAN PUSTAKA

Konsumsi adalah salah satu kegiatan ekonomi. Dalam ilmu ekonomi, konsumsi adalah suatu kegiatan mengurangi nilai suatu barang atau jasa. Tujuan manusia melakukan konsumsi adalah untuk memenuhi kebutuhannya, sehingga manusia dapat terus melangsungkan hidupnya. Oleh karena itu, konsumsi dapat diartikan sebagai kegiatan seseorang menggunakan nilai suatu barang yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Perilaku konsumsi seseorang pasti berbeda dengan perilaku konsumsi orang lain. Hal ini terjadi karena perilaku konsumsi seseorang dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu. Faktor-faktor ini terdiri dari faktor *internal* dan faktor *eksternal*.

Faktor *internal* merupakan faktor yang berasal dari dalam diri konsumen. Faktor ini meliputi, pendapatan konsumen, selera konsumen, komposisi rumah tangga, motivasi konsumen, dan kebiasaan konsumen. Pendapatan konsumen dan komposisi rumah tangga merupakan faktor internal yang bersifat kuantitatif. Semakin banyak pendapatan maka semakin banyak konsumsinya. Begitu juga pada komposisi rumah tangga. Semakin banyak komposisinya maka semakin banyak pula konsumsinya. Faktor selera konsumen dan motivasi konsumen bersifat kualitatif sehingga faktor ini tidak dapat diukur dengan tepat.

Faktor *eksternal* merupakan faktor yang berasal dari luar diri konsumen atau berasal dari lingkungan sekitar dimana konsumen tinggal. Faktor ini meliputi, harga barang, kebudayaan, barang pengganti, mode barang, dan status sosial. Semakin *modern* mode suatu barang dan semakin

tingginya status sosial seseorang maka konsumsinya akan lebih banyak. Sebaliknya, semakin rendahnya harga suatu barang maka konsumsinya semakin banyak. Apabila terdapat barang pengganti untuk suatu barang, maka konsumsi barang tersebut akan rendah.

Perilaku konsumsi mahasiswa biasanya ada yang bersifat rasional dan irasional. Mahasiswa yang konsumsinya bersifat irasional lebih bersifat konsumtif. Menurut Ancok (2004) dalam Ningrum (2011: 3), "Perilaku konsumtif adalah kecenderungan masyarakat untuk melakukan konsumsi tiada batas." Manusia lebih mementingkan faktor emosinya daripada tindakan rasionalnya atau lebih mementingkan keinginannya daripada kebutuhannya.

Hal-hal yang mengindikasikan konsumen berperilaku konsumtif adalah sebagai berikut. (1) Membeli produk karena iming-iming hadiah. (2) Membeli produk karena kemasannya menarik. (3) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. (4) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya). (5) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. (6) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. (7) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. (8) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda), (Sumartono 2002: 119).

Seorang remaja selaku konsumen yang rasional akan memutuskan pembelian suatu barang tidak didasari oleh emosi belaka, namun terutama didasari pada suatu pertimbangan bahwa apa yang akan dibelinya memang memberikan tingkat

kepuasan terbesar jika dibandingkan dengan barang atau jasa lainnya. Hal ini didapat setelah mempelajari lebih jauh mengenai ilmu ekonomi.

Menurut Sangaji dalam Dian Eka (2011: 30) mengatakan bahwa, "Status sosial ekonomi adalah gambaran tentang keadaan seseorang atau suatu masyarakat yang ditinjau dari segi sosial dan ekonomi, gambaran itu seperti tingkat pendidikan, tingkat pendapatan dan sebagainya." Quin dalam Dian Eka (2011: 30) menambahkan bahwa, "Status sosial ekonomi adalah ukuran untuk menentukan posisi seseorang, yaitu berdasarkan pekerjaan, penghasilan dan keanggotaannya dalam perkumpulan sosial."

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan pengertian status sosial ekonomi adalah latarbelakang ekonomi keluarga atau orang tua yang diukur dengan tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, pemilikan kekayaan, atau fasilitas serta jenis pekerjaan.

Ada tiga faktor yang mempengaruhi status sosial ekonomi yaitu: (1) Penghasilan atau kekayaan Menurut Danang sanyoto (2002:34) Penghasilan adalah pendapatan rata-rata yang diperoleh dari pekerjaan yang ditekuni dalam kehidupan sehari-hari. Artinya adalah Tingkat pendapatan orang tua biasanya didasarkan atas pekerjaan yang mereka lakukan pada suatu instansi baik instansi pemerintah maupun swasta, dari pekerjaan itu mereka akan mendapatkan suatu penghasilan sesuai dengan yang diberikan oleh pihak yang bersangkutan dimana mereka bekerja, (2). Pekerjaan Menurut Setiadi J. Nugroho (2003:34) Pekerjaan adalah kegiatan yang dilakukan oleh orang tua siswa untuk mencari nafkah. Bidang-bidang

pekerjaan yang ada di masyarakat semakin bertambah banyak yang masing-masing menuntut keterampilan, kemampuan, keahlian, dan pendidikan, (3). Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta ketrampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.

Apabila perekonomian cukup, lingkungan materil yang dihadapi anak di dalam keluarganya lebih luas seperti ia mendapat kesempatan yang lebih luas untuk mengembangkan bermacam-macam kecakapan hidup yang tidak dapat ia perkecambah apabila tidak ada alat-alatnya, selain itu hubungan sosial antara seorang anak dengan orangtuanya juga mempengaruhi perkembangan kecakapan hidup seorang anak. Dapat dikatakan bahwa status sosial ekonomi bersifat relatif sehingga tidak dapat disamakan antara kelompok masyarakat yang satu dengan masyarakat yang lain.

Menurut Sina (2012: 135) literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk merubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas. Seperti bagaimana memanfaatkan pendapatan untuk menabung, berinvestasi, proteksi dan memenuhi kebutuhan hidup. Pentingnya literasi ekonomi akan meminimalisir perilaku konsumtif mahasiswa dalam berkonsumsi. Seperti yang diungkapkan Budiwaty, (2014) rendahnya literasi ekonomi akan berdampak pada sikap konsumtif pada konsumen. Ini merupakan pengetahuan yang diperlukan untuk menguasai tugas-tugas tertentu yang berkaitan dengan masalah ekonomi dan memiliki

pemahaman yang baik terkait dengan uang, bisnis, dan masalah ekonomi yang sedang di bahas (Kotte and Witt, 1995: 162).

Mahasiswa yang memiliki pengetahuan terhadap cara mengelola keuangan, kualitas barang, dan kebutuhan mendesak yang sewaktu-waktu bisa terjadi akan lebih selektif dalam melakukan kegiatan konsumsi. Untuk memiliki literasi ekonomi yang memadai, mahasiswa perlu memahami ilmu ekonomi. Ilmu ekonomi merupakan pedoman bagi mahasiswa dalam menentukan barang dan jasa yang akan dibeli. Mahasiswa juga dapat menetapkan skala prioritas dalam melakukan kegiatan konsumsi. Teori perilaku konsumen berkaitan dengan proses pengambilan keputusan, bagaimana seseorang konsumen memilih diantara berbagai macam alternatif (*choice*). Maka penting bagi mahasiswa untuk mengetahui bagaimana menjadi mahasiswa yang baik dengan memanfaatkan ilmu ekonomi.

Gaya Hidup (*Lifestyle*) didefinisikan sebagai bagaimana seseorang hidup, termasuk bagaimana seseorang menggunakan uangnya, bagaimana ia mengalokasikan waktunya dan sebagainya. Menurut Kotler (2002: 192) dalam penelitian Susanto (2013: 1) gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya, dalam arti bahwa secara umum gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal disekitarnya dan seberapa jauh dia peduli dengan hal itu dan juga apa yang dia pikirkan tentang dirinya sendiri dan juga dunia luar.

Gaya hidup mahasiswa dapat berubah, akan tetapi perubahan ini

bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan. Pada masa puber, bukan lagi orang tua yang menjadi model, melainkan orang-orang yang usianya sama yang menjadi model utama (Fudyartanta, 2012: 210). Hal ini menyebabkan mahasiswa mengimitasi perilaku yang dilakukan oleh sekelilingnya. Pengimitasian ini terutama dialami oleh para remaja. Remaja sering berkumpul dengan sesama teman sebayanya. Dalam perkumpulan itu, remaja cenderung berbagi dengan sesamanya mengenai banyak hal termasuk gaya hidup. Mahasiswa biasanya tertarik untuk menggunakan apa yang kebanyakan teman sebaya mereka gunakan

Pangsa pasar remaja merupakan sasaran empuk bagi para produsen. Mahasiswa merupakan remaja tingkat akhir dengan kecenderungan berkonsumsi tinggi. Mahasiswa mengkonsumsi suatu barang atau jasa bukan hanya karena mereka butuh. Namun aspek "lapar mata" yang sering terjadi saat mahasiswa berkonsumsi merupakan indikasi perilaku konsumtif.

Mangkunegara (2009:59) mengemukakan pembeli remaja dengan kriteria sebagai berikut, (1) remaja amat mudah terpengaruh oleh rayuan penjual, (2) mudah terbujuk rayuan iklan, terutama pada kerapian kertas bungkus, (apalagi jika dihiasi dengan warna-warna yang menarik), (3) tidak berfikir hemat, (4) kurang realistis, romantis, dan mudah terbujuk (implusif). Hal ini yang mengindikasikan remaja mudah untuk berperilaku konsumtif.

Pada awalnya mahasiswa sudah merencanakan mengkonsumsi barang-barang tertentu, namun saat tiba pada pusat perbelanjaan, maka banyak motivasi lain yang mempengaruhi mahasiswa tersebut dalam memilih barang atau jasa yang akan dikonsumsi.

Hal tersebut dapat berpotensi menjadikan mahasiswa berperilaku konsumtif. Mahasiswa tidak lagi secara rasional memenuhi kebutuhannya saat berbelanja, namun tertarik pada hal-hal yang tidak terduga saat berada pada pusat perbelanjaan. Hal ini mungkin akan berkurang intensitasnya pada mahasiswa yang memiliki literasi ekonomi.

### Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi Mahasiswa.
2. Mengetahui pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.
3. Mengetahui pengaruh *life style* terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.
4. Mengetahui pengaruh status sosial ekonomi keluarga, literasi ekonomi dan *life style* terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

### METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar status sosial ekonomi orang tua, literasi ekonomi dan *life style* mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro baik secara parsial maupun secara simultan. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2014 JKIP PGRI Bojonegoro. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 90 mahasiswa sedangkan sampel yang diambil sebanyak 45 mahasiswa. Penarikan sampel menggunakan random sampling. Data yang digunakan data kuantitatif dengan menggunakan angket/kuesioner. Sedangkan teknik analisis yang digunakan dalam

penelitian ini menggunakan regresi linier berganda.

### Hasil Penelitian

**Tabel 1 Hasil Analisis Regresi Berganda Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi, dan *Life Style* Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa IKIP PGRI Bojonegoro**

		Coefficients <sup>a,b</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta		T
1	Status Sosial	,814	,098	,667		8,299
	Literasi Ekonomi	,302	,102	,198		2,971
	Life Style	,213	,105	,136		2,039
						Sig.
						,000
						,005
						,048

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

Untuk melihat seberapa besar pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat akan terlihat pada analisis regresi. Adapun penjelasannya berdasarkan tabel 1. Berdasarkan tabel coefficients dapat diketahui bentuk persamaan regresi berganda

$\hat{Y} = a + bx$  yaitu  $\hat{Y} = 0,814 + 0,302x + 0,213x + \mu$ . Model persamaan regresi berganda tersebut dapat menjelaskan bahwa, apabila variabel bebas yaitu status sosial ekonomi orang tua mengalami kenaikan tingkat 1 akan diikuti dengan kenaikan perilaku konsumsi sebesar 8,14 tingkat. Apabila variabel bebas yaitu literasi ekonomi mengalami kenaikan 1 tingkat akan diikuti dengan kenaikan perilaku konsumsi sebesar 3,02 tingkat. Sedangkan apabila variabel bebas *life style* mengalami kenaikan 1 tingkat akan diikuti dengan kenaikan perilaku konsumsi sebesar 2,13 tingkat.

Hasil perhitungan dengan menggunakan IBM SPSS 23, berdasarkan perhitungan secara parsial:

#### a. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa IKIP PGRI Bojonegoro

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien regresi sebesar (b) 0,814. Pada taraf signifikansi 5%, dapat diketahui  $t_{hitung}$  sebesar 8,299 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, karena koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi probabilitas  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi.

#### b. Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa IKIP PGRI Bojonegoro

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien regresi sebesar (b) 0,302. Pada taraf signifikansi 5%, dapat diketahui  $t_{hitung}$  sebesar 2,971 dengan nilai signifikansi sebesar 0,005, karena koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi probabilitas  $0,005 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel literasi ekonomi berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi.

### c. Pengaruh *Life Style* Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa IKIP PGRI Bojonegoro

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien regresi sebesar (b) 0,213. Pada taraf signifikansi 5%, dapat diketahui  $t_{hitung}$  sebesar 2,039 dengan nilai signifikansi sebesar 0,048 karena

koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi probabilitas  $0,048 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel *life style* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi.

**Tabel 2 Hasil SPSS Uji F Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi, dan *Life Style* Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa IKIP PGRI Bojonegoro**

ANOVA<sup>a,b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	96671,925	3	32223,975	3589,230	,000 <sup>c</sup>
	Residual	377,075	42	8,978		
	Total	97049,000 <sup>d</sup>	45			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

b. Predictors: Life Style, Literasi Ekonomi, Status Sosial

Berdasarkan hasil perhitungan secara simultan pengaruh status sosial ekonomi orang tua, literasi ekonomi, dan *life style* terhadap perilaku konsumsi, pada taraf signifikansi 5%, diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 3589,230 dengan nilai signifikansi F sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu variabel status sosial ekonomi orang tua, literasi ekonomi, dan *life style* berpengaruh signifikan bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu perilaku konsumsi.

### PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diketahui bahwa status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro tahun 2014. (1) Dilihat

berdasarkan hasil penghitungan yang menyatakan nilai koefisien regresi sebesar (b) 0,814. Pada taraf signifikansi 5%, dapat diketahui  $t_{hitung}$  sebesar 8,299 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, karena koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi probabilitas  $0,000 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa variabel status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi.

Sesuai dalam teori dikatakan bahwa "status sosial ekonomi (kelas sosial) seseorang akan mempengaruhi pola konsumsinya" (Engel, Blackwell dan Minard: 1994). Hal ini berarti semakin tinggi status sosial ekonomi orang tua maka peluang untuk berkonsumsi semakin banyak.

Status sosial ekonomi merupakan suatu tingkatan atau kedudukan seseorang di dalam masyarakat yang dilihat dari

tingkat pendidikan, tingkat penghasilan dan kekayaan serta tingkat pekerjaannya. Seseorang yang memiliki status sosial ekonomi yang tinggi akan sangat berbeda dalam hal memilih suatu barang atau jasa jika dibandingkan dengan status sosial ekonomi seseorang yang rendah. Namun alangkah lebih baiknya jika kita dengan bijak dalam memilih suatu barang atau jasa dengan menghitung antara pendapatan dan pengeluaran serta berlaku cermat dan rasional.

(2) Dilihat berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien regresi sebesar (b) 0,302. Pada taraf signifikansi 5%, dapat diketahui  $t_{hitung}$  sebesar 2,971 dengan nilai signifikansi sebesar 0,005, karena koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi probabilitas  $0,005 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa variabel literasi ekonomi berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi.

Dalam penelitian ini mahasiswa tidak paham tentang literasi ekonomi menyebabkan tingkat literasi ekonomi mahasiswa rendah, sehingga terdapat hubungan yang positif. Literasi ekonomi seharusnya berhubungan negatif dengan perilaku konsumsi. Semakin tinggi kemampuan literasi ekonomi mahasiswa maka tingkat perilaku konsumsi akan semakin menurun. Sebaliknya jika literasi ekonomi mahasiswa rendah maka tingkat perilaku konsumsi mahasiswa meningkat.

Untuk mengantisipasi perilaku bisa dilakukan dengan memiliki literasi ekonomi yang memadai. Dalam literasi ekonomi akan memberikan mereka ilmu mengenai bagaimana cara mengelola pendapatan untuk kepentingan berkonsumsi. Pengetahuan mengenai

perilaku konsumen dapat meningkatkan kemampuan pribadi seseorang untuk menjadi konsumen yang efektif (Prasetijo dan Ihlauw, 2005: 58).

(3) Dilihat berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien regresi sebesar (b) 0,213. Pada taraf signifikansi 5%, dapat diketahui  $t_{hitung}$  sebesar 2,039 dengan nilai signifikansi sebesar 0,048 karena koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi probabilitas  $0,048 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa variabel *life style* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi. Hal ini berarti semakin mewah dan hedonisme gaya hidup seseorang akan meningkatkan perilaku konsumsi. Sebaliknya jika menurunnya sikap hedonisme dan mewahnya gaya hidup mahasiswa maka menurun pula tingkat perilaku konsumsi mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro.

Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler (2002, p.192) dalam penelitian Susanto (2013:1) gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya, dalam arti bahwa secara umum gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal disekitarnya dan seberapa jauh dia peduli dengan hal itu dan juga apa yang dia pikirkan tentang dirinya sendiri dan juga dunia luar.

Dengan gaya hidup yang mewah, kebutuhan mahasiswa akan barang dan jasa pun menjadi mewah. Mahasiswa tidak memikirkan lagi skala prioritas untuk memenuhi kebutuhannya. Hal ini cenderung dilakukan pada mahasiswa dengan tingkat pendapatan menengah ke atas. Apabila gaya hidup hedonisme tidak diantisipasi dan dikontrol oleh idealisme mahasiswa dan orang tua,



maka mahasiswa telah menanamkan perilaku konsumsi yang berlebihan pada diri mereka.

(4) Bahwa berdasarkan hasil perhitungan secara simultan pengaruh status sosial ekonomi orang tua, literasi ekonomi, dan *life style* terhadap perilaku konsumsi, pada taraf signifikansi 5%, diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 3589,230 dengan nilai signifikansi  $F$  sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu variabel status sosial ekonomi orang tua, literasi ekonomi, dan *life style* berpengaruh signifikan bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu perilaku konsumsi. Dengan hasil perhitungan tersebut mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi hendaknya memperhatikan *life style* yang sedang dijalankan.

Dalam mata kuliah ekonomi mikro, ekonomi makro dan pengantar ilmu ekonomi dengan jelas disampaikan bagaimana cara berkonsumsi agar efisien dan efektif. Seharusnya mahasiswa menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari supaya mahasiswa tidak sampai melakukan perilaku konsumtif. Mahasiswa harus membeli barang-barang sesuai dengan kebutuhannya bukan keinginan semata. Mahasiswa harus mempunyai keinginan untuk menabung karena untuk berjaga-jaga apabila ada kebutuhan mendesak yang tidak terduga.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

- (1) Bahwa pengaruh status sosial ekonomi orang tua dengan perilaku konsumsi jika dibandingkan dengan nilai koefisien regresi sebesar (b) 0,814. Pada

taraf signifikansi 5%, dapat diketahui  $t_{hitung}$  sebesar 8,299 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, karena koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi probabilitas  $0,000 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa variabel status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi. (2) Bahwa pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien regresi sebesar (b) 0,302. Pada taraf signifikansi 5%, dapat diketahui  $t_{hitung}$  sebesar 2,971 dengan nilai signifikansi sebesar 0,005, karena koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi probabilitas  $0,005 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa variabel literasi ekonomi berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi. (3) Bahwa *life style* terhadap perilaku konsumsi berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien regresi sebesar (b) 0,213. Pada taraf signifikansi 5%, dapat diketahui  $t_{hitung}$  sebesar 2,039 dengan nilai signifikansi sebesar 0,048 karena koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi probabilitas  $0,048 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa variabel *life style* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi. (4) Bahwa berdasarkan hasil perhitungan secara simultan pengaruh status sosial ekonomi orang tua, literasi ekonomi, dan *life style* terhadap perilaku konsumsi, pada taraf signifikansi 5%, diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 3589,230 dengan nilai signifikansi  $F$  sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu variabel status sosial ekonomi orang tua, literasi ekonomi, dan *life style* berpengaruh signifikan bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu perilaku konsumsi.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti dapat menyarankan hal-hal sebagai berikut: Dalam lingkungan belajar seharusnya mahasiswa diajari tentang Literasi ekonomi supaya mahasiswa dapat berfikir rasional, cermat dan lebih mengutamakan tingkat kepentingan dari manfaat suatu barang atau jasa yang akan dikonsumsi walaupun status sosial ekonominya terbilang mampu untuk membeli barang yang diinginkan. Akibat dari pemahaman literasi ekonomi yang kurang akan tampak dari bagaimana seseorang mengalami kesalahan ketika membuat keputusan perbelanjaan dan lain-lainnya

### DAFTAR PUSTAKA

- Dias. 2015. *Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. Journal Vol 5 Nomor 1. Diakses 24 April 2016
- Engel, J.F., R.D, Blackwell., and P.W, Miniard, (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Herdiyani, R. 2014. *Dampak Media Bagi Remaja Perempuan*. <http://www.jurnalperempuan.com/yjp.jpo/?act=artikel1%7c.26%cx>.
- Kotte & Witt. 2005. *Chance and Challenge : Assessing Economic Literacy*. Technical University Dresden School of Economics. <http://www.waxmann.com/fileadmin/media/zusatztexte/ostlethwaite/kotte.pdf>. diakses tanggal 28 April 2016
- Peter Garlans Sin. 2012. *Analisis Literasi Ekonomi*. Jurnal Economia, Volume 8, Nomor 2.
- Mangkunegara, Prabu A. (1988). *Perilaku konsumen*. Bandung : PT. Eresco -----.
- (2009). *Perilaku Konsumen*. Bandung : Refika Aditama
- Sarwono., S.S. 2001. *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT RajaGafindo Persada.
- Sugiyono (2009). **Statistik Untuk Penelitian**. Bandung. Alfabeta
- Susanto, Angga Sandy. 2013. "Membuat Segmentasi Berdasarkan Life Style (Gaya Hidup)". Jurnal JIBEKA, Volume 7, Nomor 2, Agustus 2013 :1-6. [http://lp3m.asia.ac.id/wpcontent/uploads/2013/08/AnggaSandy\\_Membuat-segmentasiberdasarkan-Gaya-Hidup-LifeStyle.pdf](http://lp3m.asia.ac.id/wpcontent/uploads/2013/08/AnggaSandy_Membuat-segmentasiberdasarkan-Gaya-Hidup-LifeStyle.pdf). diakses tanggal 11 April 2016
- Tabuna, R. 2001. *Remaja & Perilaku Konsumtif*. <http://www.e-psikologi.com/remaja/191101.htm>.
- Yusuf, S. 2008. *Psikologi Perkembangan Anak & Remaja*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya