

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL, KONSEP DIRI DAN *FINANCIAL LITERACY* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF

Hidayanti¹, Riyanto², Aryan Eka Prastiya Nugraha³

¹Universitas PGRI Semarang

²Universitas PGRI Semarang

³Universitas PGRI Semarang

Email: hidayanti423@gmail.com

Abstract

The purpose of this study are: 1) Testing the effect of the use of social media on consumer behavior of the 2016 class of economic education study program PGRI University Semarang, 2) Testing the effect of self-concept on consumer behavior of the 2016 class of economic education study program PGRI University Semarang, 3) Testing the influence of financial literacy on consumptive behavior of 2016 PGRI University economic education study program students in Semarang, 4) Test the influence of the use of social media, self-concept and financial literacy on consumptive behavior of 2016 PGRI University economic education study program students in Semarang.

This research is a quantitative research with a deductive approach. The object of research is the 2016 class of economic education study program students at the University of PGRI Semarang with a sample of 81 students. Data collection instruments using a questionnaire given directly to respondents, namely students.

The results showed that partially: 1) The use of Social Media has a positive and significant effect on the consumptive behavior of students. 2) Self-concept has a negative and significant effect on the consumptive behavior of students. 3) Financial Literacy has a negative and significant effect on the consumptive behavior of students. 4) The use of Social Media, Self-Concept, and Financial Literacy simultaneously influences the consumptive behavior of students.

Keywords: Use of Social Media, Self-Concept, Financial Literacy, Consumptive Behavior.

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Menguji pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi pendidikan ekonomi angkatan 2016 Universitas PGRI Semarang, 2) Menguji pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi pendidikan ekonomi angkatan 2016 Universitas PGRI Semarang, 3) Menguji pengaruh *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi pendidikan ekonomi angkatan 2016 Universitas PGRI Semarang, 4) Menguji pengaruh penggunaan media sosial, konsep diri dan *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi pendidikan ekonomi angkatan 2016 Universitas PGRI Semarang.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deduktif. Obyek penelitian yaitu mahasiswa program studi pendidikan ekonomi angkatan 2016 Universitas PGRI Semarang dengan sampel 81 mahasiswa. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diberikan langsung kepada responden yaitu mahasiswa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial : 1) Penggunaan Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. 2) Konsep Diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. 3) *Financial Literacy* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. 4) Penggunaan Media Sosial, Konsep Diri, dan *Financial Literacy* secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Kata Kunci: Penggunaan Media Sosial, Konsep Diri, *Financial Literacy*, Perilaku Konsumtif.

Pada dasarnya, manusia sebagai makhluk hidup dalam melangsungkan hidupnya perlu melakukan suatu kegiatan yang dinamakan konsumsi. Menurut Sukwiyati, dkk (dalam Astuti, 2016) konsumsi adalah penggunaan barang dan jasa yang ditujukan langsung untuk memenuhi kebutuhan hidup. Seorang konsumen harus bertindak secara rasional dalam membeli barang dan jasa yang mereka butuhkan, sehingga terhindar dari sifat boros. Astuti (2013) mengungkapkan bahwa membeli barang yang di dasarkan oleh keinginan tanpa mementingkan kegunaan dan manfaat dari suatu barang hanya akan membuat seseorang menjadi konsumtif.

Perilaku konsumtif di masyarakat tumbuh dengan cepat, terutama pada kalangan remaja yang mulai mencari jati diri, sehingga mudah terpengaruh oleh berbagai hal di sekelilingnya. Menurut Arsyah, (dalam Hidayat & Kurniawan, 2016) mengatakan bahwa mahasiswa mempunyai kepekaan terhadap apa yang sedang trend, mahasiswa cenderung mengikuti mode yang sedang beredar. Menurut Astuti (2013:149) mengatakan bahwa perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai kecenderungan seseorang untuk berperilaku secara berlebihan dalam membeli sesuatu dan lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. Berdasarkan hasil observasi awal pada 30 Mahasiswa menunjukkan bahwa masih banyak mahasiswa yang kurang bijak dalam berperilaku membeli suatu produk. Berikut adalah data perilaku konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 Universitas PGRI Semarang.

Tabel 1.1 Hasil Olah Data Perilaku Konsumtif

No	Indikator	Hasil Perilaku Konsumtif				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Reward	38%	34%	14%	10%	3%
2	Packing	17%	72%	7%	3%	0%
3	Gengsi	24%	52%	21%	3%	0%
4	Merek	24%	48%	24%	3%	0%
5	Status	14%	17%	59%	10%	0%
6	Konformitas	0%	55%	35%	7%	0%
7	Harga	59%	31%	7%	3%	0%
8	Merek berbeda	0%	48%	24%	24%	3%

Sumber: Data diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 Universitas PGRI Semarang dalam membeli suatu produk tidak didasarkan pada kebutuhan melainkan karena keinginan dan kepuasan dalam diri sendiri. Bisa kita lihat dari presentase data di atas mengenai perilaku konsumtif mahasiswa cenderung memilih setuju dan sangat setuju dalam membeli suatu produk karena adanya iming-iming hadiah sebesar 72%, kemasan menarik 89%, gengsi 52%, merek 72%, konformitas 55%, dan harga 90%. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak mahasiswa yang cenderung berperilaku konsumtif.

Menurut Dikria & Mintarti (2016) perilaku konsumtif adalah kecendrungan membeli atau mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan serta tidak didasarkan atas pertimbangan yang rasional dimana karena individu lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan. Banyak penelitian yang menemukan bahwa pengaruh iklan jejaring sosial media seperti instagram berpengaruh besar terhadap meningkatnya konsumsi mahasiswa. Anggraeni & Setiaji (2018) mengatakan bahwa media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif sebesar 31,3%. Berdasarkan penelitian tersebut diketahui bahwa media sosial seperti instagram memiliki pengaruh dalam perilaku konsumtif hal ini juga dapat dijadikan konsep untuk menunjang penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Zahrawati & Faraz (2017) menemukan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Gumulya & Widiastuti (2013) menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh antara konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Adanya perbedaan dari hasil penelitian pada konsep diri menjadi hal menarik untuk diteliti pada perilaku konsumtif. Konsep diri dapat dijadikan kontribusi tambahan dalam penelitian ini untuk menguji terkait dengan perilaku konsumtif khususnya di kalangan mahasiswa.

Unsur lain yang dapat mempengaruhi seseorang berperilaku konsumtif adalah *financial literacy* atau literasi keuangan. Beberapa penelitian mengenai literasi keuangan yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif telah dilakukan. Dikria & Mintarti (2016) dalam penelitiannya menemukan bahwa terdapat pengaruh negatif antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan ekonomi pembangunan Universitas Negeri Malang angkatan 2013. Berdasarkan dari penelitian tersebut diketahui bahwa *Financial Literacy* memiliki pengaruh dalam perilaku konsumtif. Hal ini juga dapat dijadikan konsep untuk mendukung penelitian ini. Atas dasar tersebut, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul yang diambil dalam artikel ini adalah “Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Konsep Diri dan *Financial Literacy* terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 Universitas PGRI Semarang”.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial, konsep diri, dan *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi pendidikan ekonomi angkatan 2016 Universitas PGRI Semarang. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu

- H1* : Ada pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif
- H2* : Ada pengaruh yang signifikan antara konsep diri terhadap perilaku konsumtif
- H3* : Ada pengaruh yang signifikan antara *Financial literacy* terhadap perilaku konsumtif

H4 : Ada pengaruh yang signifikan antara media sosial, konsep diri dan *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deduktif. Subjek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 Universitas PGRI Semarang. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 201 mahasiswa dihasilkan sampel sebanyak 81 mahasiswa. Teknik pengumpulan data yaitu menggunakan kuesioner dengan model berupa pernyataan. Analisis data menggunakan metode regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Variabel Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi pendidikan ekonomi Universitas PGRI Semarang angkatan 2016 dinyatakan diterima. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji t yang diperoleh nilai t hitung pada variabel penggunaan media sosial yaitu $3,205 > t$ tabel $1,991$ dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Hasil analisis regresi menunjukkan koefisien regresi variabel penggunaan media sosial bernilai positif sebesar $0,361$ terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi penggunaan media sosial maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif mahasiswa, begitu pula sebaliknya semakin rendah penggunaan media sosial maka semakin rendah pula perilaku konsumtif mahasiswa.

Pengaruh Variabel Konsep Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel konsep diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi pendidikan ekonomi Universitas PGRI Semarang angkatan 2016 dinyatakan diterima. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji t yang diperoleh nilai t hitung pada variabel konsep diri yaitu $-5,423 > t$ tabel $1,991$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil analisis regresi menunjukkan koefisien regresi variabel konsep diri bernilai negatif sebesar $-0,670$ terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini berarti bahwa semakin rendah konsep diri mahasiswa maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya, begitu pula sebaliknya semakin tinggi konsep diri mahasiswa maka semakin rendah perilaku konsumtifnya.

Pengaruh Variabel Financial Literacy terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *financial literacy* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi pendidikan ekonomi Universitas PGRI Semarang angkatan 2016 dinyatakan diterima. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji t yang diperoleh nilai t hitung pada variabel *financial literacy* yaitu $-2,543 > t$ tabel 1,991 dengan nilai signifikansi $0,013 < 0,05$. Hasil analisis regresi menunjukkan koefisien regresi variabel *financial literacy* bernilai negatif sebesar $-0,195$ terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi *financial literacy* maka semakin rendah perilaku konsumtif mahasiswa, begitu pula sebaliknya semakin rendah *financial literacy* maka semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa.

Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Konsep Diri dan Financial Literacy terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel penggunaan media sosial (X_1), konsep diri (X_2), dan *financial literacy* (X_3) terhadap perilaku konsumtif (Y) secara simultan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sehingga uji hipotesis telah terbukti. Berdasarkan hasil analisis data dapat diketahui nilai signifikansi uji F pada tabel ANOVA sebesar 0,000 dimana lebih kecil dari 0,05. Sedangkan F hitung sebesar 35,255 yang artinya variabel penggunaan media sosial (X_1), konsep diri (X_2), dan *financial literacy* (X_3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y). Hasil analisis data juga menunjukkan angka koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,579. Ini berarti bahwa terdapat pengaruh sebesar 57,9%, Penggunaan Media Sosial (X_1), Konsep Diri (X_2), dan *Financial Literacy* (X_3) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang angkatan 2016, sedangkan sisanya 42,1% dipengaruhi oleh variabel yang lainnya.

KESIMPULAN

- Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 Universitas PGRI Semarang. Bagi mahasiswa agar perilaku konsumtif dapat dikurangi maka penggunaan media sosial juga harus digunakan secara bijak sesuai dengan kebutuhan.

- Terdapat pengaruh negatif dan signifikan pada variabel konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 Universitas PGRI Semarang. Bagi mahasiswa agar perilaku konsumtif dapat dikurangi maka konsep diri mahasiswa terus ditingkatkan, memahami kebutuhan diri sendiri, serta percaya diri dengan apa yang dimilikinya.
- Terdapat pengaruh negatif dan signifikan pada variabel *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 Universitas PGRI Semarang. Bagi mahasiswa agar perilaku konsumtif dapat dikurangi maka mahasiswa perlu meningkatkan pemahaman mengenai *financial literacy*. Dengan cara mengikuti kuliah pasar modal dan mengikuti kelompok SPM.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, E., & Setiaji, K. (2018). PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN STATUS SOSIAL EKONOMI ORANG TUA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA. *Economic Education Analysis Journal*, 7(1), 172-180.
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku konsumtif dalam membeli barang pada ibu rumah tangga di Kota Samarinda. *E-Jurnal Psikologi*, 1(2), 148-156.
- Astuti, R. P. F. (2016). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. *Jurnal Pendidikan Edutama*, 3(2), 49-58.
- Dikria, O., & Mintarti, S. U. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 128-139.
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 11(01).
- Hidayat, A & Kurniawan, C (2016). “Pengaruh Konsep Diri dan Kepercayaan Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian *Gadget* pada Mahasiswa Fakultas Hukum Non Reguler Universitas Islam Riau”. *An-Nafs*. 10(1), 40-49.
- Zahrawati, F., & Faraz, N. J. (2017). Pengaruh kultur sekolah, konsep diri, dan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa. *Harmoni Sosial: Jurnal Pendidikan IPS*, 4(2), 131-141.