PENGARUH LINGKUNGAN PERGAULAN DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI FKIP UNTAN

SKRIPSI

OLEH:
RIZKY AMALIAH
NIM. F1031211035

PROGAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU – ILMU SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2025

PENGARUH LINGKUNGAN PERGAULAN DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI FKIP UNTAN

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Jurusan Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial
Program Studi Pendidikan Ekonomi

OLEH:
RIZKY AMALIAH
NIM. F1031211035

PROGAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU – ILMU SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2025

PENGARUH LINGKUNGAN PERGAULAN DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI FKIP UNTAN

RIZKY AMALIAH
NIM. F1031211035

Disetujui :

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Achmadi, M.Si	**Dr. Syamsuri, S.Pd., M.Si**
NIP 196611271992031001	**NIP 198406112019031013**

Disahkan
Dekan,

Dr. Ahmad Yani., M.Pd
NIP 196604011991021001

Lulus tanggal :

PENGARUH LINGKUNGAN PERGAULAN DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI FKIP UNTAN

RIZKY AMALIAH
NIM. F1031211035

Disetujui :

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Achmadi, M.Si.	**Dr. Syamsuri, S.Pd., M.Si**
NIP 196611271992031001	**NIP 198406112019031013**
Penguji I	**Penguji II**
Prof. Dr. Witarsa, M.Si	**Jumardi Budiman, M.Pd**
NIP 195812251986031003	**NIP 198812012019031016**

Mengetahui
Ketua Program Studi

Heni Kuswanti, M.Pd
NIP 199008152019032018

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rizky Amaliah

NIM : F1031211035

Jurusan/Program Studi : Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial/Pendidikan Ekonomi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pontianak, Januari 2025



Rizky Amaliah

F1031211035

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis:1) pengaruh lingkungan pergaulan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa; 2) pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa; 3) pengaruh lingkungan pergaulan dan media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi penelitian berjumlah 177 mahasiswa dengan sampel sebanyak 64 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yaitu *non random sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling.* Analisis data menggunakan analisis linear berganda. Adapun variabel independent penelitian lingkungan pergaulan (X1), media sosial (X2), dan variabel dependent adalah perilaku konsumtif (Y). Hasil uji t parsial 1). Terdapat pengaruh secara parsial antara lingkungan pergaulan (X1) terhadap perilaku konsumtif (Y) dengan nilai sig 0,008 < 0,05 : 2). Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara media sosial (X2) terhadap perilaku konsumtif (Y) dengan nilai sig 0,640 > 0,05. Hasil uji F simultan memperoleh nilai sig 0,003 < 0,05, ini menunjukkan bahwa lingkungan pergaulan (X1) dan media sosial (X2) berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif (Y). Hasil uji koefisien determinasi R *Square* (R^2) diperoleh nilai sebesar 0,169 yang artinya lingkungan pergaulan (X1) dan media sosial (X2) memberi pengaruh yang rendah terhadap perilaku konsumtif (Y) yaitu sebesar 16,9%.

Kata Kunci: Lingkungan Pergaulan, Media Sosial, Perilaku Konsumtif

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, peneliti akhirnya dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Lingkungan Pergaulan Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN". Skripsi ini diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Tanjungpura Pontianak.

Dalam menyelesaikan Skripsi ini peneliti tidak lupa juga mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak yang telah terlibat membantu dan memberikan motivasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Achmadi, M.Si selaku pembimbing pertama yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan dalam memyusun skripsi ini.
2. Bapak Dr. Syamsuri, S.Pd.,M.Si selaku pembimbing kedua sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Akademik, yang telah memberikan arahan, bimbingan, masukan dalam menyusun skripsi ini serta memberikan bimbingan dan saran mulai dari awal perkuliahan hingga pengajuan judul penelitian.
3. Bapak Dr. H. Ahmad Yani T., M. Pd selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Tanjungpura Pontianak.
4. Dr.Imran, M.Kes selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Tanjungpura Pontianak.
5. Ibu Heni Kuswanti, M.Pd. selaku ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Tanjungpura Pontianak.

6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial, terkhusus Dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Tanjungpura Pontianak yang telah membimbing serta memberikan berbagai ilmu pengetahuan sehingga membekali penulis dengan berbagai pengetahuan dan pengalaman selama perkuliahan.
7. Staf dan karyawan Administrasi Fakultas Keguruan dan Ilmu pendidikan yang telah memberikan kemudahan pelayanan dalam proses administrasi skripsi ini.
8. Kepada kedua orang tua dan saudara saya tercinta yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
9. Sahabat dan teman-teman yang telah memberikan dukungan, motivasi dan bantuan secara langsung kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
10. kepada diri sendiri yang sudah berjuang hingga sampai titik ini, tidak mudah menyerah, dan selalu melakukan yang terbaik melebihi kemampuannya.

Pontianak, Januari 2025

Peneliti

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN iv
ABSTRAK vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL x
DAFTAR GAMBAR xi
DAFTAR LAMPIRAN xii
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Penelitian 1
B. Rumusan Masalah 7
C. Tujuan Penelitian 8
D. Manfaat Penelitian 8
E. Ruang Lingkup Penelitian 9
F. Definisi Operasional 12
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR 15
A. Kajian Teori 15
B. Penelitian Terdahulu 22
C. Kerangka Pemikiran 24
D. Hipotesis Penelitian 26
BAB III METODE PENELITIAN 27
A. Desain Penelitian 27
B. Populasi dan sampel 28
C. Teknik pengumpulan data 30
D. Instrumen penelitian 31
E. Analisis Data 36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 44
A. Deskripsi Data 44
B. Hasil Penelitian 48
C. Pembahasan 65
BAB V PENUTUP 73
A. Kesimpulan 73
B. Saran 74
DAFTAR PUSTAKA 76
LAMPIRAN 82

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Indikator variabel independen (X) 10
Tabel 1. 2 Indikator variabel dependen (Y) 11
Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu 22
Tabel 3. 1 Data populasi penelitian 28
Tabel 3. 2 Data sampel penelitian..... 29
Tabel 3. 3 Pemberian skor..... 31
Tabel 3. 4 Hasil uji validitas..... 32
Tabel 3. 5 Hasil uji reliabilitas 35
Tabel 3. 6 Kriteria deskriptif presentase skor kuesioner..... 37
Tabel 3. 7 Interprestasi nilai R 42
Tabel 4. 1 Data variabel penelitian 45
Tabel 4. 2 Data variabel lingkungan pergaulan (X1)..... 48
Tabel 4. 3 Data variabel media sosial (X2) 49
Tabel 4. 4 Data variabel perilaku konsumtif (Y)..... 51
Tabel 4. 5 Hasil uji normalitas 54
Tabel 4. 6 Hasil Uji linieritas X1 terhadap Y 55
Tabel 4. 7 Hasil Uji linieritas X2 terhadap Y 56
Tabel 4. 8 Hasil uji Multikolinearitas 57
Tabel 4. 9 Hasil uji heteroskedastisitas..... 58
Tabel 4. 10 Hasil analisis regresi linier berganda..... 59
Tabel 4. 11 Hasil uji t persial 61
Tabel 4. 12 Hasil uji koefisien determinasi (R2)..... 63
Tabel 4. 13 Hasil uji F..... 64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil pra riset perilaku konsumtif 5
Gambar 1. 2 Hasil pra riset lingkungan pergaulan 6
Gambar 1. 3 Hasil pra riset terhadap media sosil 6
Gambar 2. 1 Kerangka berpikir penelitian 25
Gambar 4. 1 Diagram data tahun angkatan 45
Gambar 4. 2 Histogram data variabel lingkungan pergaulan (X1) 46
Gambar 4. 3 Histogram data variabel media sosial (X2) 47
Gambar 4. 4 Histogram data variabel perilaku konsumtif (Y) 47
Gambar 4. 5 Hasil uji normalitas menggunakan grafik P-P 54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pra Riset 82
Lampiran 2 Identitas Responden pra riset 83
Lampiran 3 Hasil Jawaban Pra-Riset 84
Lampiran 4 Kisi-kisi Kuesioner Penelitian 85
Lampiran 5 Kuesioner Penelitian 86
Lampiran 6 Surat Riset 91
Lampiran 7 Surat Tugas 92
Lampiran 8 Kuesioner Google Form 93
Lampiran 9 Data jawaban uji coba instrumen lingkungan pergaulan 93
Lampiran 10 Data jawaban uji coba instrumen media sosial 94
Lampiran 11 Data jawaban uji coba instrumen perilaku konsumtif 94
Lampiran 12 Distribusi nilai R-Tabel 95
Lampiran 13 Hasil uji validitas penelitian 96
Lampiran 14 Hasil uji reabilitas penelitian 98
Lampiran 15 Identitas Responden Riset 98
Lampiran 16 Data jawaban kuesioner lingkungan pergaulan 99
Lampiran 17 Data jawaban kuesioner media sosial 100
Lampiran 18 Data jawaban kuesioner perilaku konsumtif 101
Lampiran 19 Hasil uji normalitas 102
Lampiran 20 Hasil uji linieritas 102
Lampiran 21 Hasil uji multikolinieritas 103
Lampiran 22 Hasil uji hoteroskedastisitas 103
Lampiran 23 Hasil uji analisis regresi berganda dan uji T 104
Lampiran 24 Distribusi nilai R-Tabel 105
Lampiran 25 Hasil uji Koefisien Determinasi (R^2) 106
Lampiran 26 Hasil uji F 106
Lampiran 27 Distribusi nilai F-tabel 107
Lampiran 28 SK Pembimbing 108
Lampiran 29 Artikel Penulisan 109

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Manusia dan ekonomi merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Ekonomi adalah ilmu yang mempelajari tentang bagaimana penggunaan sumber daya yang terbatas untuk memenuhi kebutuhan manusia yang tidak terbatas. Semua kebutuhan manusia harus terpenuhi untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Pasca masa penjajahan, masalah yang dihadapi hampir di seluruh masyarakat Indonesia adalah masalah pangan, seiring dengan kemajuan Indonesia terutama dalam bidang ekonomi. Saat ini Indonesia mempunyai segala sesuatu yang dibutuhkan mulai dari primer maupun sekunder. Namun dampak dari hal tersebut, masyarakat dihadapkan dengan masalah baru yaitu kurangnya kemampuan untuk mengkategorikan kebutuhan, dan cenderung berperilaku konsumtif atas nama status dan gaya hidup.

Kondisi ini didukung oleh data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tentang pengeluaran perkapita menurut kelompok komoditas bukan makanan per tahun 2024 yang menunjukkan bahwa, jumlah pengeluaran untuk keperluan belanja barang, pakaian, dan pesta cukup tinggi. Data tersebut memberikan informasi bahwa mayoritas masyarakat Indonesia memiliki kecenderungan untuk berperilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan yang dilakukan secara berlebihan terhadap penggunaan suatu produk atau juga dapat dibilang sebagai

menggunakan produk tidak tuntas. Artinya seseorang membeli sebuah produk bukan karena produk yang digunakannya telah habis, namun karena adanya iming-iming hadiah yang ditawarkan dari produk tersebut atau bahkan produk tersebut sedang *trend* pada saat itu (Anggraini & Santhoso, 2019).

Dalam pergaulan hidup sehari-hari bahwa anak yang bergaul di lingkungan yang baik maka anak tersebut akan memiliki perilaku yang baik juga dan sebaliknya jika bergaulnya di lingkungan yang tidak baik maka perilaku yang ada di lingkungan itulah yang akan diikutinya (Suratno, 2014). Lingkungan merupakan sesuatu tempat yang ada disekitar sehingga dapat mempengaruhi pertumbuhan dan perkembangan perilaku serta kebiasaan yang ada pada remaja (Ilata, 2022). Salah satu lingkungan yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang adalah lingkungan pendidikan formal. Lingkungan pendidikan formal merupakan kegiatan pendidikan yang terstruktur dan berjenjang mulai dari Pendidikan Sekolah Dasar, Pendidikan Menengah Pertama, Pendidikan Menengah Atas, hingga Perguruan Tinggi.

Pada tingkat Perguruan Tinggi individu dapat membuat keputusan perilaku ekonominya sendiri. Hal yang sering terjadi adalah kampus yang seharusnya menjadi tempat untuk mahasiswa menuntut ilmu pengetahuan, bertukar pikiran, dan bersosialisasi antar sesama mahasiswa namun yang seringkali terjadi adalah kampus dijadikan sebagai ajang pamer penampilan dan *lifestyle* bagi para mahasiswa. Hal ini dilakukan karena adanya tuntutan lingkungan, gengsi, dan lingkungan sekitar (Pulungan & Febriaty, 2018). Pada kalangan mahasiswa perilaku konsumtif sangat sering terjadi. Hal ini

dipengaruhi karena sikap tidak ingin kalah dengan teman dalam hal barang bermerek, mengikuti gaya hidup teman dan agar tidak dianggap ketinggalan zaman (norak).

Demi gaya hidup lingkungannya, seseorang akan berperilaku konsumtif, meskipun hal tersebut bertolak belakang dengan kebutuhan dan kemampuan yang dimilikinya (Triningtyas & Margawati, 2019). Karena besarnya rasa tidak ingin kalah dari orang yang berada di lingkungan sekitarnya maka semakin kuat pula pengaruh lingkungan pergaulan untuk perilaku konsumtif, akan terjadi peningkatan untuk perilaku hedonis (Rahmat Dkk, 2020).

Selain lingkungan pergaulan, komunikasi elektronik khususnya media sosial telah mengubah alur perdagangan dan cara komunikasi antara perusahaan dan pelanggan (Delafrooz, Zendehdel, & Fathipoor, 2017). Hampir semua masyarakat telah memiliki akun media sosial. Media sosial bukan lagi tentang gaya hidup akan tetapi sudah menjadi kebutuhan yang tidak bisa dilepas dari kehidupan sehari-hari (Mustomi & Puspandari, 2020). Mahasiswa seringkali dijadikan sebagai sasaran media karena remaja memiliki keigintahuannya yang tinggi untuk mencoba hal-hal yang baru (Anggraeni & Setiaji, 2018). Sehingga para mahasiswa seringkali menghabiskan waktu setiap harinya untuk menggunakan internet dengan gadget yang dimiliki dan waktu yang dihabiskan oleh mahasiswa untuk menggunakan internet bervariasi, mulai dari beberapa menit hingga lebih dari 1 jam. Dampak dari hal tersebut ialah nilai akademis mahasiswa dapat menurun dengan drastis (Tripambudi & Indrawati, 2018).

Pada saat ini gaya hidup mahasiswa dapat dipengaruhi oleh dunia maya atau media sosial. Melalui media sosial mahasiswa dapat melihat gaya pakaian yang sedang *trend* sehingga membuat mahasiswa tertarik untuk membeli pakaian tersebut demi terlihat modis dan membeli makanan yang sedang viral agar mereka terlihat selalu *update* terhadap hal baru. Hal ini juga dipengaruhi dengan kemudahan akses, biaya rendah, dan ketersediaan informasi yang luas pada media sosial membuat ketertarikan mahasiswa bertambah (Voramontri & Klieb, 2019). Mahasiswa dapat mengenali kebutuhan barunya di media sosial ketika beraktifitas di beberapa jejaring sosial seperti Instagram dan TikTok di mana mereka dapat merasa tertarik dengan gambar-gambar produk yang baru saja mereka lihat baik dari pakaian maupun makanan sehingga mereka ingin mencobanya (Khatib, 2016).

Pengaruh lingkungan pergaulan dan media sosial terhadap perilaku konsumtif sejalan dengan teori dari Ajzen 1991(dalam Sukmaningrum & Mudji Rahardjo, 2017) *the theory of planned behavior* yaitu dinyatakan bahwa intensi perilaku dapat diprediksi dari tiga elemen pembentuk, yaitu sikap berperilaku, norma subyektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Dalam sikap perilaku dikatakan bahwa pada TPB yang digagaskan oleh Ajzen merupakan teori yang didasarkan pada model *hedonistic* manusia yang artinya manusia termotivasi dalam mencari *rewards*. Pada norma subyektif merupakan tekanan yang dirasakan dalam melaksanakan atau tidak melaksanakan sebuah perilaku dimana norma subyektif didasarkan pada pendapat bahwa setiap individu ingin dinilai baik dan ingin diterima oleh masyarakat sekelilingnya

atau bisa dibilang di lingkungan pergaulannya. Pada bagian kontrol perilaku yang dirasakan didefinisikan sebagai perasaan individu tentang kemudahan atau kesulitan yang akan dialaminya dalam melaksanakan perilaku. Kontrol perilaku merupakan kontrol yang dimiliki individu dalam berperilaku ketika individu menilai kondisi eksternal. Hal ini dapat terjadi pada saat adanya pengaruh dari luar yang akan mempengaruhi sikap individu tersebut salah satunya berasal dari media sosial.

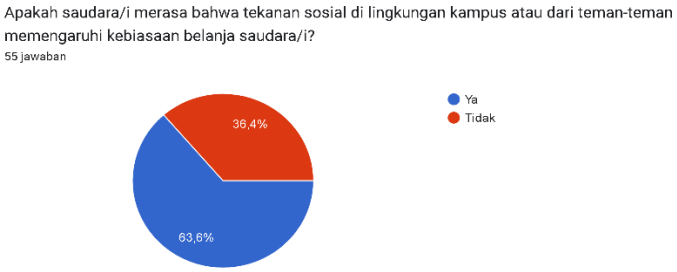
Berdasarkan hasil pra riset yang telah dilakukan oleh peneliti dengan menyebarkan kuesioner melalui google form mengenai perilaku konsumtif menunjukkan hasil berikut :



Gambar 1. 1 Hasil pra riset perilaku konsumtif

(Diolah peneliti,2024)

Berdasarkan gambar 1 terdapat 72,2% mahasiswa pendidikan ekonomi yang merasa boros dalam berbelanja, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa pendidikan ekonomi mempunyai perilaku konsumtif.



Gambar 1. 2 Hasil pra riset lingkungan pergaulan

(Diolah peneliti,2024)

Berdasarkan hasil pra riset yang dilakukan kepada 55 responden mahasiswa pendidikan ekonomi terhadap lingkungan pergaulan, bahwa sebesar 63,6% mahasiswa pendidikan ekonomi dapat terpengaruh oleh lingkungan pergaulan untuk melakukan perilaku konsumtif.



Gambar 1. 3 Hasil pra riset terhadap media sosial

(Diolah peneliti,2024)

Berdasarkan hasil pra riset yang dilakukan kepada 55 responden mahasiswa pendidikan ekonomi terhadap media sosial, bahwa sebesar 72,7% mahasiswa Pendidikan Ekonomi dapat terpengaruh oleh media sosial untuk melakukan perilaku konsumtif.

Dari hasil pra riset tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa Pendidikan Ekonomi merasa bahwa diri mereka memiliki sifat yang boros, oleh karena itu peneliti ingin mengetahui penyebab terjadinya perilaku konsumtif pada mahasiswa. Apakah lingkungan pergaulan dan media sosial dapat mempengaruhi perilaku konsumtif dan seberapa jauh lingkungan pergaulan dan media sosial mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Lingkungan Pergaulan dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN**".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah lingkungan pergaulan mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP UNTAN?
2. Apakah media sosial mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN?
3. Apakah lingkungan pergaulan dan media sosial secara bersama-sama mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui:

1. Pengaruh lingkungan pergaulan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN.
2. Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN.
3. Pengaruh lingkungan pergaulan dan media sosial secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis :

a. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran tentang pengaruh lingkungan pergaulan dan media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN.

b. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi ilmu pengetahuan dan perkembangan ekonomi sekaligus menjadi bahan acuan bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu yang telah didapat selama masa perkuliahan serta dapat menambah wawasan tentang pengaruh lingkungan dan media sosial terhadap perilaku konsumtif.

b. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam menghadapi perilaku konsumtif pada mahasiswa.

c. Bagi Perguruan Tinggi

Hasil penelitian ini sebagai tambahan perbendaharaan perpustakaan dan referensi bagi peneliti selanjutnya.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini dilakukan peneliti agar tidak keluar dari kerangka penelitian. Ruang lingkup penelitian ini termasuk dalam variabel penelitian dan definisi operasional.

1. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019) variabel penelitian adalah sebuah karakter yang tujuan kegiatannya berbeda dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian di simpulkan. Variabel yang digunakan yaitu adalah lingkungan pergaulan dan media sosial sebagai variabel independen, sedangkan variabel dependen adalah perilaku konsumtif. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen dan variabel dependen.

a). Variabel Independen

Menurut Sugiono (2019) variabel independen atau variabel bebas biasanya disebut variabel *stimulus, prediktor, antecedent.* Variabel

independen adalah variabel yang menjadi sebab munculnya variabel dependen. Didalam penelitian ini variabel independen yaitu lingkungan pergaulan (X1) dan media sosial (X2).

Tabel 1. 1
Indikator variabel independen (X)

Variabel	Indikator
Lingkungan pergaulan (X1) menurut Rahmat, dkk (2020)	1. Teman bergaul 2. Lingkungan masyarakat 3. Keluarga inti
Media sosial (X2) menurut Vebriyani (2021)	1. Partisipasi 2. Keterbukaan 3. Percakapan 4. Komunitas 5. keterhubungan

b). Variabel Dependen

Menurut Sugiono (2019) variabel dependen atau variabel terikat buasanya disebut variabel *output*, kriteria, konsekuen. Variabel dependen adalah sebuah variabel yang disebabkan karena adanya variabel independen atau variabel bebas. Didalam penelitian ini variabel dependen yaitu perilaku konsumtif (Y).

Tabel 1. 2
Indikator variabel dependen (Y)

Variabel	Indikator
Perilaku konsumtif menurut Winarta, dkk (2019)	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 yang tinggi 8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

F. Definisi Operasional

Definisi operasional yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian ini dimaksud untuk menganalisa pengaruh variabel independent dan variabel dependen. Berdasarkan tujuan dan masalah yang diteliti maka definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Perilaku Konsumtif

Konsumtif adalah suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Artinya sebelum suatu produk habis dipakai, seseorang telah menggunakan produk sejenis namun dari merek lain. Perilaku konsumtif adalah sifat dimana individu yang sering membeli sesuatu secara berlebihan maupun barang yang sedang tidak dibutuhkan oleh dirinya. Hal itu dilakukan hanya untuk memenuhi kepuasannya semata. Mahasiswa sering tidak dapat menahan keinginannya untuk membeli sesuatu yang sedang diinginkannya tanpa memperdulikan apakah barang tersebut bermanfaat atau tidak bagi dirinya.

Indikator perilaku konsumtif menurut Sumartono (Winarta, Djajadikerta, & Wirawan, 2019) adalah sebagai berikut:

a. Membeli produk karena iming-iming hadiah.
b. Membeli produk karena kemasannya menarik.
c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.
d. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).
e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.

f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.
g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya yang tinggi.
h. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

2. Lingkungan Pergaulan

Lingkungan dapat dikatakan sebagai daerah tempat mahasiswa melakukan interaksi sosial dimana dari lingkungan itu sendiri dapat memberi pengaruh positif maupun negatif baik secara langsung maupun tidak langsung. Indikator dari lingkungan pergaulan menurut (rahmat dkk, 2020) adalah:

a. Teman bergaul adalah hubungan interaksi sosial karena individu-individu yang berkumpul, menghargai satu sama lain, dan dapat membuat merasa nyaman. Teman bergaul yang dimaksud adalah teman yang berada di lingkungan kampus tempat mahasiswa belajar.
b. Lingkungan masyarakat adalah tempat dimana mahasiswa bersosialisasi dan berkomunikasi bersama masyarakat yang berada diluar kampus.
c. Keluarga inti terdiri dari orang tua maupun saudara yang berada dalam satu tempat tinggal dimana mereka dapat memberikan perhatian, perawatan, dukungan dari, bimbingan dan arahan, serta memenuhi kebutuhan dasar dan perkembangan anak.

3. Media Sosial

Media sosial merupakan teknologi digital yang dapat diakses oleh siapapun dan dimanapun. Pada zaman sekarang hampir tidak ada mahasiswa yang tidak menggunakan media sosial. Media sosial dapat dijadikan tempat berkomunikasi atar satu sama lain, selain untuk berinteraksi media sosial juga sering digunakan untuk berjualan secara online sehingga jangkauan pasar menjadi lebih luas. Indikator yang dapat digunakan menurut Mayfield (dalam Vebriyani, 2021) menyatakan indikator media sosial yaitu :

a. Partisipasi, mendorong kontribusi serta umpan balik dari setiap orang yang tertarik dan berminat menggunakannya.
b. Keterbukaan, kebanyakan media sosial terbuka bagi umpan balik dan partisipasi melalui saran-saran, *voting*, komentar, dan berbagi informasi.
c. Percakapan, kemungkinan terjadinya perbincangan antara pengguna secara dua arah.
d. Komunitas, media sosial memungkinkan untuk terbentuknya komunitas-komunitas secara cepat tentang beragam isu dan kepentingan.
e. Keterhubungan, media sosial berkembang karena kemampuannya melayani keterhubungan antara pengguna, melalui fasilitas tautan (*links*) ke *website*, sumber-sumber informasi, dan pengguna lainnya.