

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini globalisasi sudah merambah ke negara-negara di dunia termasuk Indonesia. Globalisasi berkembang dengan pesat khususnya di Indonesia, dimana perkembangan globalisasi saat ini memberikan pengaruh pada masyarakat Indonesia yang salah satunya adalah perubahan perilaku dalam berbagai hal. Perubahan perilaku tersebut terlihat dari perilaku membeli barang-barang secara berlebihan untuk memenuhi rasa keinginannya. Masyarakat Indonesia senantiasa berusaha untuk memenuhi berbagai kebutuhan hidupnya seperti kebutuhan pangan, sandang, papan, kebutuhan pendidikan dan lain sebagainya. Tetapi, jika kita lihat fenomena yang ada saat ini, konsumsi masyarakat Indonesia tidak lagi hanya memenuhi kebutuhan saja, melainkan menjadi kegiatan untuk mencari kepuasan, menyalurkan hobi dan sebagai alat pemuas kebutuhan. Sebagaimana yang dikemukakan oleh (Santoso, 2017) di media *nusantara news* bahwa perilaku mengkonsumsi barang dan jasa sudah tidak lagi berdasarkan nilai manfaat, tetapi lebih untuk memenuhi keinginan.

Perkembangan industri yang pesat di era globalisasi ini membuat penyediaan barang menjadi berlimpah, dari mulai barang-barang yang murah hingga ke barang-barang yang mahal. Terlebih jika mendapatkan potongan harga yang membuat masyarakat menjadi lebih ingin mendapatkannya. Hal ini diperkuat oleh (Kusumaningtuti, 2015) dalam media Kompas.com bahwa Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyatakan masyarakat Indonesia semakin konsumtif dan mulai meninggalkan kebiasaan menabung. Terutama pada para siswi yang suka berlomba-lomba untuk tampil mewah di depan teman-

temannya. Sebuah data yang diambil dari Detik.com (2015), *Capgemini Asia Pasific Wealth Report* mengatakan bahwa Indonesia berada di posisi ketiga dalam hal konsumsi barang barang mewah, mengalahkan Singapura dan Hongkong.

Terlebih teknologi saat ini juga telah banyak memberikan kemudahan sehingga dapat meningkatkan gaya hidup siswi. Hal ini sesuai dengan pendapat Ben (2018) dalam media CNN Indonesia bahwa siswi saat ini menggunakan internet untuk segala jenis transaksi. Mulai dari transaksi transportasi, membeli makanan, jalan-jalan, hingga berbelanja pakaian dan juga kebutuhan sehari-hari. Penggunaan internet untuk transaksi saat ini telah membuat siswi sangat konsumtif. Hal ini diperkuat juga dengan data dari *Marknetter's* (2014) dalam media Kompasiana.com yang menyatakan bahwa penggerak ekonomi pasar *website* jual beli online merupakan kaum muda, dengan rincian siswi berumur 17-19 tahun menempati urutan pertama (34%), dilanjutkan oleh netizen berumur 20-28 tahun (27%) kemudian berumur 28-35 tahun (21%) dan diatas 35 tahun (18%). Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh Tokopedia (2014) dalam media Kompasiana.com didapatkan bahwa 66,28% mayoritas masyarakat konsumtif adalah wanita dengan durasi belanja mencapai 3 kali dalam seminggu.

Masa remaja merupakan suatu usia dimana individu menjadi terintegrasi ke dalam masyarakat dewasa, suatu usia dimana anak tidak merasa bahwa dirinya berada di bawah tingkat orang yang lebih tua melainkan merasa sama atau paling tidak sejajar (Hurlock, 2004). Siswi sebetulnya tidak mempunyai tempat yang jelas, karena mereka sudah tidak termasuk golongan anak-anak, namun belum juga dapat diterima secara penuh untuk masuk ke golongan orang dewasa. Hal ini dapat dikatakan bahwa masa remaja berada diantara masa anak dan masa dewasa. Awal masa remaja berlangsung mulai dari usia 13-16 tahun atau 17 tahun, dan akhir masa remaja yaitu usia 16-17 tahun atau 18 tahun, dimana dapat disebut usia matang secara hukum (Hurlock, 2004). Status siswi yang tidak

jelas ini juga menguntungkan karena status memberi waktu kepada mereka untuk mencoba gaya hidup yang berbeda dan menentukan pola perilaku, nilai, dan sifat yang sesuai bagi dirinya (Agustin & Nurihsan, 2011). Salah satu faktor yang membentuk perilaku mereka adalah lingkungan sekitar. Perilaku tersebut dihasilkan dari bersosialisasi dengan orang-orang yang berada disekitarnya, karena siswi merupakan generasi yang mudah terpengaruh oleh perkembangan modernisasi.

Terkadang siswi berusaha tampil layaknya orang kaya dengan mempraktikkan gaya hidup mewah untuk terlihat berbeda dengan teman-teman dalam kelompok sosialnya. Kebutuhan untuk diterima dan diakui dengan orang lain dapat diekspresikan melalui gaya atau *style* yang ditampilkan. Berdasarkan media Kompas.com (Aningtias, 2018), *Herbert* berpendapat bahwa industri masa kini memang didesain sebagai lingkaran perangkap yang menimbulkan perilaku konsumtif. Hal ini diperkuat oleh media Kompas.com (Soelastri, 2011) yang mengatakan bahwa setiap minggu ada saja barang baru yang dibeli siswi seperti baju atau sepatu. Model yang selalu baru membuat mereka tertarik untuk membelinya, dan hal tersebut dilakukan untuk diperlihatkan ke teman-teman yang lain supaya mereka terlihat lebih gaya saat jalan bareng dengan teman-teman yang lain. Menurut sebuah riset yang dilakukan oleh lembaga *Independen Provetic* dalam media Kompas.com (Indah, 2016) bahwa ditemukan sebanyak 41% dari 7.809 perbincangan para siswi mengenai alasan utama menabung demi keperluan konsumtif, dan ditemukan lainnya 38% dari 7.757 responden masih menggunakan uang dari orang tua mereka dalam melakukan metode pembayaran.

Perilaku konsumtif merupakan perilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan berlebihan dan menggunakan segala hal yang dianggap mahal untuk memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik yang besar serta adanya dukungan pola hidup manusia yang didorong oleh rasa ingin dan hanya untuk memberi kesenangan

(Fromm, 2002). Perilaku konsumtif biasanya banyak dilakukan oleh siswi daripada siswa. Hal tersebut sejalan dengan pendapatnya (Harnum, 2012) yang mengatakan bahwa siswi berusia 16 tahun sampai 19 tahun membelanjakan uangnya lebih banyak untuk keperluan menunjang penampilan diri seperti sepatu, pakaian, kosmetik, dan aksesoris serta alat-alat yang mampu membantu kecantikan mereka dan membantu penampilan mereka agar terlihat menarik orang yang berada disekitarnya. Pada umumnya siswi mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena siswi mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, tingkah laku, kesenangan musik, dalam pertemuan dan pesta (Monks, Knoers, & Haditono, 2014).

Naomi dan Mayasari (2008) berpendapat bahwa perilaku konsumtif ditunjukkan dengan perilaku berbelanja yang berlebihan telah membawa dampak yang buruk bagi lingkungan hidup. Siswi yang berbelanja berlebihan akan menjadi boros karena setiap uang yang dimilikinya akan dibelanjakan barang-barang yang sesuai dengan keinginan untuk memuaskan dirinya. Tidak peduli uang yang dihasilkan halal atau haram, bagi siswi yang terpenting adalah mereka mampu menunjukkan gaya hidup untuk di akui identitasnya oleh kelompok sosialnya. Hal ini sesuai dengan pendapat Jaffray (2019) dalam media CNN Indonesia bahwa siswi dapat menghabiskan uang mencapai 36 juta rupiah untuk makanan dan pakaian setiap tahunnya. Bentuk-bentuk dari perilaku konsumtif yaitu: membeli karena ingin mendapatkan hadiah menarik, membeli karena kemasan produk menarik, membeli untuk menjaga penampilan dari gengsi, membeli karena potongan harga, membeli demi menjaga status sosial, memakai produk karena pengaruh model yang mengiklankan produk, penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya yang tinggi, membeli lebih dari dua produk sejenis dengan merk yang berbeda (Sumartono, 2002).

Menurut Harvighurst (Hurlock, 2004) menjelaskan bahwa semua tugas perkembangan pada masa remaja dipusatkan pada pusaka penanggulangan sikap dan pola perilaku yang kekanak-kanakan dan mengadakan persiapan untuk menghadapi masa dewasa. Salah satu tugas perkembangan remaja menurut Harvighurst (Hurlock, 2004) adalah mencapai kemandirian ekonomi, dimana remaja suatu saat harus mampu berdiri sendiri dalam bidang ekonomi seperti mengatur keuangan sendiri, sedangkan berdasarkan fakta yang ditemukan bahwa saat ini siswi berada pada tingkat tertinggi dalam membeli barang online ataupun secara langsung dengan menggunakan uang Orangtua mereka dengan cara berbohong kepada Orang tua mereka agar keinginannya terpenuhi. Siswi ingin dianggap keberadaannya dan mendapatkan pengakuan sosial oleh lingkungannya dengan cara menggunakan berbagai barang yang dianggap *trend* dan *modern*. Hal ini sesuai dengan berita yang dimuat dalam media Sindonews.com (Amalia, 2019) yang mengatakan bahwa ada 2 siswi yang berbelanja secara berlebihan untuk berbelanja kosmetik sebagai ajang adu gengsi dengan teman-temannya dengan menggunakan uang yang diberikan orang tuanya. Sedangkan siswi lain mengaku berbelanja tas bermerk dua kali dalam sebulan dan menghabiskan 50 juta rupiah dari uang saku yang diberikan orang tuanya. Berita lain ditemukan dalam media Liputan6.com (Safi'i, 2019) bahwa beberapa siswi terlibat hutang sebanyak 55 juta hanya untuk memuaskan kecanduan terhadap sepatu bermerk dan Orangtua mereka yang harus bertanggung jawab untuk melunasi hutang tersebut.

Kelemahan ini akhirnya dimanfaatkan oleh banyak perusahaan untuk meraup keuntungan. Triyan (2014) dalam media Kompasiana.com mengatakan bahwa pasalnya produsen melihat usia siswi adalah pasar potensial mereka. Siswi mudah tergiur dengan iklan yang menarik dan membuat siswi ingin memilikinya. Siswi juga belum memiliki filter dan kontrol untuk memenuhi keinginan-keinginan yang tidak penting. Siswi hanya ingin dipandang dan

dianggap eksis oleh lingkungannya karena itu mereka harus menyesuaikan diri dengan kelompoknya dalam segi penampilan dan gaya hidup. Siswi yang berhasil dalam tugas-tugas perkembangannya akan memunculkan kebahagiaan dan membawa ke arah keberhasilan dalam melaksanakan tugas-tugas berikutnya. Akan tetapi, apabila siswi gagal dalam tugas-tugas perkembangan tersebut, maka akan menimbulkan rasa tidak bahagia dan kesulitan dalam menghadapi tugas-tugas berikutnya.

Menurut observasi yang dilakukan oleh peneliti pada Oktober 2018 bahwa banyak ditemukan siswi SMK swasta yang berada di *mall* dimana beberapa diantara mereka masih menggunakan seragam sekolah. Hasil pengamatan peneliti beberapa siswi tersebut ada yang menonton film, berkumpul di salah satu tempat makan, berbelanja pakaian, berbelanja kosmetik dan duduk-duduk di koridor *mall* pada jam sekolah. Berdasarkan survei yang didapat dari lapangan dilakukan oleh peneliti pada Agustus 2019, kepada 20 responden terkait perilaku konsumtif pada siswi SMK swasta bahwa beberapa opsi dari 8 indikator ditemukan bahwa 50% subjek membeli produk dengan harga mahal, 55% subjek membeli produk karena demi menjaga penampilan diri dan gengsi, selain itu 65% subjek membeli produk karena iming-iming hadiah, dan 65% juga subjek membeli produk karena model yang mengiklankan, ada 70% subjek membeli produk hanya untuk menjaga simbol statusnya di lingkungan, 75% subjek membeli lebih dari 2 produk sejenis dengan merk yang berbeda, 85% subjek membeli produk karena kemasannya menarik, dan 95% membeli produk atas pertimbangan harga merupakan prioritas utama untuk para subjek.

Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada siswi SMK swasta yang dilakukan pada Oktober 2018 di salah satu *mall* yang berada di Bekasi. 5 dari 8 siswi yang di wawancarai menjelaskan bahwa mereka sering tidak merencanakan untuk berbelanja dan hanya untuk berjalan-jalan di sekitar *mall*, namun saat mereka memasuki tempat perbelanjaan selalu

ada barang yang dibeli karena menurut mereka barang tersebut lucu, unik, dan membuatnya tertarik, saat itu juga subjek membelinya tanpa memikirkan apakah dirumah masih memiliki barang yang layak dipakai. Salah satu subjek juga menjelaskan bahwa mereka membeli karena ingin peduli dengan penampilannya. Apalagi perkembangan mode yang semakin pesat membuatnya tertarik untuk mengikuti perkembangan mode saat ini. Subjek tersebut merasa puas ketika mereka berbelanja, karena keinginannya tercapai sehingga subjek terbiasa dengan perilakunya tersebut. Wawancara berikutnya dilakukan pada Februari 2020 kepada 6 siswi di Sekolah SMK Swasta X Bekasi, hasil wawancara didapatkan bahwa subjek pernah meminta uang lebih untuk pembayaran sekolah namun uang tersebut digunakan untuk membeli barang-barang yang diinginkannya, hal ini dilakukan untuk memuaskan keinginannya. Hal tersebut juga dikatakan oleh subjek lain bahwa subjek membeli barang 2 sampai 3 kali barang yang sama dalam 2 minggu sekali hanya untuk memenuhi keinginannya saja. Subjek lain mengatakan bahwa subjek menghabiskan uang sakunya untuk makan di suatu *restaurant* yang makanannya belum tentu disukai, hal itu dilakukan untuk mendapatkan pencitraan di depan teman-temannya. Hasil wawancara ini menunjukkan tingginya perilaku konsumtif pada siswi. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Harmaji (2016) dalam media liputan6.com bahwa konsumsi barang-barang simbolik dengan tujuan membentuk dan menampilkan sebuah identitas yang lebih tinggi dari identitas pelakunya.

Kecenderungan siswi berperilaku konsumtif karena semakin meningkatnya sarana dan prasarana yang ada seperti, *mall* atau pusat perbelanjaan, tempat makan atau *restaurant* yang bagus dan cafe. Meningkatnya barang dan jasa yang ada dipasaran tentu akan memengaruhi barang dan jasa yang ditawarkan kepada siswi. Sikap individu terhadap suatu pembelian dan pemakaian terkadang bukan lagi untuk kebutuhan, melainkan didorong karena faktor keinginan yang kurang berguna, seperti gengsi, mengikuti trend masa kini

dan berbagai alasan yang dianggap kurang penting. Sehingga secara tidak langsung maupun secara langsung hal itu dapat menyebabkan daya beli dan sikap konsumtif yang meningkat (Anggarasari, 1997). Menurut Indah (2018) dalam media Kompas.com, kebutuhan siswi terdiri dari alat tulis sekolah, buku sekolah, transportasi dari rumah ke sekolah dan sebaliknya serta alat penunjang lainnya yang menjadi keperluan masa sekolah. Namun, apabila diperhatikan siswi masa sekarang ini bukan lagi memenuhi keperluan sekolahnya, melainkan membelanjakan uangnya untuk keperluan yang menunjang penampilan diri seperti sepatu, pakaian, kosmetik, dan aksesoris yang mampu membantu kecantikan mereka agar terlihat menarik orang yang berada disekitarnya.

Menurut Sumartono (2002) ada dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada siswi, yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal meliputi kebudayaan, kelas sosial, kelompok-kelompok sosial, referensi dan keluarga. Sedangkan faktor internal, meliputi motivasi dan harga diri, pengamatan dan proses belajar, kepribadian dan konsep diri. Fenomena perilaku konsumtif yang terjadi saat ini tentunya akan terus ada dan berkembang karena adanya faktor yang dapat menyebabkan munculkan perilaku konsumtif, salah satunya adalah gaya hidup. Menurut Chaney (2004), perilaku konsumtif terjadi karena timbulnya gaya hidup. Hadirnya pusat-pusat perbelanjaan yang menyajikan segala nama merk terkenal yang berasal dari luar negeri, untuk segala pakaian dan barang mewah membuat seseorang lebih tertarik untuk berbelanja. Pembelian barang bermerk dan mewah yang berasal dari luar negeri dianggap dapat meningkatkan status sosial seseorang. Terlebih saat ini banyak cara untuk membeli barang yang diinginkan, seperti toko-toko yang dapat diakses secara online melalui internet.

Menurut Wells dan Tigert (Engel, Blackwell dan Miniard, 2005) gaya hidup adalah pola hidup, penggunaan uang, dan waktu yang dimiliki oleh seseorang. Hal tersebut merupakan hasil keseluruhan dari faktor budaya,

ekonomi, dan kehidupan seseorang. Gaya hidup adalah gambaran pribadi seseorang yang berinteraksi dengan lingkungan. Survey yang dilakukan oleh Kasali (2007) terkait gaya hidup pada siswi bahwa mal adalah tempat nongkrong paling populer untuk mengisi waktu luang siswi (30,8%), sedangkan jajan merupakan prioritas pertama pengeluaran siswi (49,4%), setelah itu membeli alat sekolah (19,5), jalan-jalan atau hura-hura (9,8%), selain itu pengeluaran membeli pakaian (9,4%), menabung (8,8%), membeli kaset (2,3%), membeli aksesoris mobil (0,6%) dan adapula yang tidak menjawab sebanyak (0,4%). Keputusan dalam melakukan pembelian tersebut merupakan gaya hidup yang mengarah pada perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif bercirikan dengan adanya peningkatan gaya hidup yang menekankan penampilan diri dalam realitas kehidupan sehari-hari. Berdasarkan fenomena diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif terjadi karna adanya gaya hidup.

Beberapa penelitian terkait perilaku konsumtif dan gaya hidup salah satunya dilakukan oleh Sutriati, Kartikowati & Riadi (2018) dan didapatkan hasil yang positif dan signifikan antara gaya hidup dan perilaku konsumtif, dengan demikian semakin tinggi gaya hidup dan perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Angkatan 2015 Universitas Riau. Dengan demikian semakin tinggi gaya hidup mahasiswa maka semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa tersebut. Penelitian berikutnya telah dilakukan oleh Patricia dan Handayani (2014) menyatakan adanya pengaruh positif gaya hidup hedonis secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pada pramugari maskapai penerbangan “x”, artinya semakin tinggi gaya hidup hedonis maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif pada pramugari maskapai penerbangan “x” dan gaya hidup memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumtif pada pramugari maskapai “x” sebesar 41,1%. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Alamanda (2018), menemukan bahwa terdapat pengaruh harga diri dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Mulawarman, artinya semakin tinggi harga diri dan gaya hidup maka semakin tinggi juga perilaku konsumtifnya dan sebaliknya semakin rendah harga diri dan gaya hidup maka semakin rendah perilaku konsumtif mahasiswa tersebut.

Berdasarkan fenomena yang jelaskan diatas bahwa siswi saat ini berbelanja secara berlebihan untuk mendapatkan rasa hormat dilingkungannya, supaya gengsinya terangkat serta membuat mereka lebih percaya diri. Hasil penelitian yang didapatkan dari beberapa penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa adanya hasil yang positif, artinya terdapat pengaruh gaya hidup dan perilaku konsumtif. Oleh sebab itu peneliti akan mengangkat permasalahan tersebut dengan mengangkat judul penelitian “Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswi SMK Swasta X”.

1.2. Rumusan Masalah

Apakah ada Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswi di SMK Swasta X?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswi di SMK X.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran, memperluas wawasan dan perkembangan ilmu pengetahuan terutama dalam area Psikologi, dan dapat dijadikan sumber bagi pihak lain yang melakukan penelitian terkait dengan gaya hidup dan perilaku konsumtif pada siswi.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Bagi siswi, adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta menjadi pelajaran agar dapat menghindari berperilaku konsumtif.
2. Bagi masyarakat, adanya penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran terhadap pemecahan masalah yang berkaitan dengan gaya hidup dan perilaku konsumtif pada siswi.

1.4. Uraian Keaslian Penelitian

Judul asli penelitian ini adalah pengaruh antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada siswi di SMK Swasta X. Peneliti menggunakan penelitian-penelitian yang terdahulu sebagai tambahan dengan judul yang berbeda, fenomena yang berbeda dan perbedaan subjek. Beberapa uraian keaslian penelitian sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Nasiwan (2017), dengan judul Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dan Perilaku Konsumtif dengan perilaku melanggar peraturan etika berbusana mahasiswa pendidikan IPS FIS UNY. Hasil yang diperoleh dari pengajuan hipotesis ketiga menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif secara bersama-sama dengan perilaku melanggar peraturan etika berbusana mahasiswa Pendidikan IPS, artinya semakin tinggi gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif secara bersama-sama maka ada kecenderungan semakin tinggi perilaku melanggar peraturan etika berbusana mahasiswa Pendidikan IPS, sebaliknya semakin rendah gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif secara bersama-sama maka ada kecenderungan semakin rendah perilaku melanggar peraturan etika berbusana mahasiswa Pendidikan IPS. Perbedaan penelitian ini dengan

yang ditulis oleh penulis adalah pada subjek penelitian, dimana subjek pada penelitian ini adalah mahasiswa pendidikan IPS FIY UNJ sedangkan subjek yang akan dilakukan penulis adalah siswi, terdapat perbedaan juga pada lokasi penelitian dimana lokasi penelitian penulis adalah SMK Swasta X di daerah Bekasi sedangkan pada penelitian tersebut dilakukan di Universitas Negeri Yogyakarta.

2. Penelitian yang dilakukan Nesa, dan Sri (2014), dengan judul Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan X. Hasil yang didapatkan menyatakan bahwa Ha diterima artinya terdapat pengaruh positif Gaya Hidup Hedonis secara signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada Pramugari Maskapai Penerbangan X. Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada subjek penelitian dimana subjek pada penelitian ini adalah pramugari maskapai penerbangan X.
3. Penelitian atas nama Kanserina (2015), dengan judul Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA 2015. Hasil yang pertama didapatkan bahwa terdapat pengaruh dari literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif. Hasil kedua juga didapatkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Disimpulkan dari kedua hasil tersebut bahwa variabel bebas yaitu literasi ekonomi dan gaya hidup berpengaruh signifikan bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu perilaku konsumtif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang ditulis dengan penulis ada pada variabel penelitian, dimana variabel penelitian ini adalah literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Terdapat perbedaan juga pada subjek penelitian, subjek pada penelitian ini adalah mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi UNDIKSHA, sedangkan subjek penelitian yang dilakukan penulis adalah siswi.

4. Penelitian atas nama Sutriati, Sri, dan Riadi (2018), dengan judul Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial FKIP Universitas Riau. Hasil yang didapatkan adalah pendapatan dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Angkatan 2015 Universitas Riau, sehingga hipotesis ketiga diterima. Perbedaan penelitian ini dengan yang ditulis oleh penulis adalah pada variabel penelitian yang dilakukan, variabel pada penelitian ini adalah pendapatan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif terdapat perbedaan juga pada lokasi penelitian dimana lokasi penelitian penulis di Bekasi sedangkan pada penelitian tersebut dilakukan di Riau.
5. Penelitian atas nama Yarian (2018), dengan judul Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda. Hasil uji hipotesis secara bertahap menyatakan harga diri tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda, artinya hipotesis pertama dalam penelitian H1 ditolak H0 diterima. Hasil uji hipotesis secara bertahap yang berikutnya menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda, artinya hipotesis pertama dalam penelitian H1 diterima H0 ditolak. Hal ini menunjukkan arah yang positif, yakni semakin tinggi gaya hidupnya maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya dan begitu pula sebaliknya, bila gaya hidupnya rendah maka semakin rendah perilaku konsumtifnya. Kemudian hasil penelitian harga diri dan gaya hidup berpengaruh secara positif terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda. Perbedaan penelitian ini dengan yang ditulis oleh penulis ada pada subjek penelitian

dimana subjek penelitian penulis adalah siswi SMK sedangkan pada penelitian tersebut adalah mahasiswa. Terdapat perbedaan juga pada variabel penelitian, dimana variabel yang digunakan oleh peneliti hanya dua variabel sedangkan pada penelitian tersebut ada tiga variabel yang digunakan.



