

PENGARUH GAYA HIDUP, KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DAN STATUS SOSIAL EKONOMI ORANG TUA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA GENERASI Z DI KOTA MADIUN

Novita Febrianty^{1*}, Moh. Faizin²

¹Program Studi Ekonomi Syariah, IAIN Ponorogo, novitafebrianty94@gmail.com

²Program Studi Ekonomi Syariah, IAIN Ponorogo, faizin@iainponorogo.ac.id

Abstract

People's consumption behavior initially had a rational principle. However, nowadays with changes in behavior patterns due to the entry of the era of globalization, it has an influence on all aspects of life, including consumption behavior patterns. Adolescents are one of the groups who are affected by this and adolescence is an age that is very vulnerable to being affected by social changes that occur around them, including in terms of consumption behavior. The purpose of this study was to analyze the influence of lifestyle, socioeconomic status of parents on the consumptive behavior of generation Z in Madiun city. This research method is associative research with a quantitative approach. This study used a sample of 100 adolescents in the city of Madiun in the age range of 15-25 years. The data collection technique in this study was using a questionnaire, while the initial observation used an interview technique to determine the consumption behavior of adolescents. The results of this study indicate that partially and simultaneously there is a positive and significant influence between lifestyle, peer conformity and the socioeconomic status of parents on the consumptive behavior of Generation Z in Madiun City.

Keywords: *Lifestyle, Peer Conformity, Parents' Socio-Economic Status, Consumptive Behavior.*

Abstrak

Perilaku konsumsi masyarakat pada awalnya memiliki prinsip rasional. Namun, sekarang ini dengan adanya perubahan pola perilaku akibat masuknya era globalisasi membawa pengaruh terhadap segala aspek kehidupan tidak terkecuali pola perilaku konsumsi. Usia remaja salah satu kalangan yang ikut terdampak atas hal tersebut dan usia remaja merupakan usia yang sangat rentan terpengaruh oleh perubahan-perubahan sosial yang terjadi disekitarnya termasuk dalam hal perilaku konsumsinya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh gaya hidup, status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif generasi Z di kota Madiun. Metode penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 remaja di kota Madiun pada rentang usia 15-25 tahun. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu

menggunakan kuesioner sedangkan observasi awal menggunakan teknik wawancara untuk mengetahui perilaku konsumsi remaja. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup, konformitas teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif generasi Z di kota Madiun.

Kata Kunci: *Gaya Hidup, Konformitas Teman Sebaya, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Perilaku Konsumtif.*

PENDAHULUAN

Masyarakat dalam melakukan aktivitas kesehariannya tidak terlepas dari yang namanya kegiatan konsumsi. Definisi konsumsi dalam ilmu ekonomi konvensional menurut Suharyono (2018) adalah tindakan pembelian, penggunaan atau pemanfaatan suatu nilai dari sebuah produk baik berupa barang ataupun jasa sebagai upaya memenuhi kebutuhan demi menjamin kelangsungan hidup. Umumnya tindakan konsumsi dilakukan dengan tujuan mengonsumsi barang atau jasa yang benar-benar dibutuhkan manfaatnya dan telah melalui berbagai pertimbangan yang rasional sebelum mengambil keputusan pembelian. Namun hadirnya teknologi digital sebagai salah satu bukti perkembangan di era globalisasi dan modernisasi telah membawa pengaruh terhadap perubahan pola perilaku konsumsi masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan terciptanya sebuah sistem perdagangan dengan menggunakan internet.

Meningkatnya media belanja secara *online* menimbulkan tren belanja yang semakin hari semakin menciptakan pembaruan untuk para sasaran konsumennya. Terciptanya *e-commerce* dianggap semakin menunjang semua masyarakat dalam melakukan segala kegiatan sehari-hari. Hal ini dibuktikan banyaknya pengguna *e-commerce* di segala penjuru dunia tidak terkecuali Indonesia. Bahkan Indonesia menempati posisi paling atas dengan penggunaan *e-commerce* tertinggi di dunia. Pernyataan tersebut diperoleh dari hasil survei yang dilakukan oleh *We Are Social* pada bulan April 2021. Berdasarkan hasil survei tersebut diketahui bahwa presentase masyarakat Indonesia sebagai pengguna internet yang dimanfaatkan dalam kegiatan pembelian barang ataupun jasa yakni sejumlah 88,1%. Dalam periode bulan April 2021 angka presentase tersebut menduduki posisi tertinggi di dunia.

Adanya berbagai aplikasi jual beli *online* atau *e-commerce* semakin mendukung aktivitas konsumsi masyarakat. Namun, disisi lain perkembangan *e-commerce* yang pesat ternyata beresiko menimbulkan dampak yang kontra produktif. Salah satunya adalah terjadi perubahan pola konsumsi masyarakat yang cenderung makin konsumtif dan susah untuk

dikontrol pada era ekonomi daring. Seiring masuknya era globalisasi pada negara-negara berkembang termasuk Indonesia, sehingga telah banyak merubah gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat. Gaya hidup telah masuk dalam semua golongan tidak terkecuali kalangan remaja. Usia remaja merupakan usia yang rentan terpengaruh atas perubahan-perubahan sosial yang terjadi di sekitarnya. Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kanserina (2015) terdapat definisi gaya hidup menurut pandangan Kotler yakni gaya hidup merupakan cara atau pola hidup seseorang di dunia yang digambarkan dalam aktivitas, minat dan opininya. Berbagai informasi yang dapat diakses menggunakan cara-cara modern, menyebabkan perubahan terhadap gaya hidup remaja. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pulungan dan Febriaty (2018) menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Tindakan konsumsi pada remaja juga dipengaruhi oleh interaksinya dalam lingkungan sosial kelompok pertemanan. Tidak jarang dari mereka yang meminta pendapat kepada temannya dalam mengambil keputusan sebelum membeli suatu produk. Sebagian dari mereka juga menjadikan teman sebaya sebagai acuan dalam berpenampilan dan berperilaku, sehingga kalangan remaja cenderung mempunyai keinginan untuk menyamakan perilaku dan penampilannya agar diterima dalam kelompok. Inilah salah satu penyebab individu melakukan penyesuaian dalam kelompok pertemanannya dengan cara berperilaku sama dengan teman sebaya yang lain, fenomena ini disebut dengan istilah konformitas. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Ayu, Dezianti, dan Hidayati (2021) tentang pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif generasi milenial menunjukkan bahwa konformitas memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Sehingga semakin tinggi konformitas maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtif.

Selain gaya hidup dan konformitas teman sebaya, faktor lain yang mempengaruhi timbulnya perilaku konsumtif adalah status sosial. Status sosial atau kelas sosial menurut Ujang Sumarwan dalam Sumarga dan Lestari (2019) didefinisikan sebagai pengelompokan masyarakat ke dalam kelas atau tingkatan strata yang berbeda. Stratifikasi atau tingkatan sosial orang tua akan mempengaruhi perilaku anak-anaknya dalam bersosialisasi. Menurut Damsar dan Indrayani dalam Hardianti (2019) stratifikasi sosial dalam kelompok masyarakat dapat dilihat dari seberapa tinggi stratifikasi sosial dan ekonominya, sehingga bukan menjadi suatu hal yang mengejutkan apabila sikap seorang anak menyesuaikan dengan apa yang dimiliki oleh

orang tua mereka serta status sosial orang tuanya. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurachma dan Arief (2017) menunjukkan bahwa status sosial ekonomi orang tua secara parsial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan apa yang telah peneliti lakukan sebagai observasi awal, dapat diketahui bahwa untuk mengisi waktu luang dalam bergaul bersama teman sebayanya, remaja memilih untuk nongkrong di tempat-tempat yang menurut mereka nyaman atau sedang ramai dikunjungi oleh teman sebaya lainnya. Kemudian ada juga yang mengatakan untuk memanfaatkan waktu luangnya dengan mengunjungi tempat perbelanjaan yang disana akan terdapat berbagai macam pilihan produk-produk sehingga mendorong mereka untuk membeli barang yang sebenarnya sedang tidak dibutuhkan.

Dalam kondisi lapangan berdasarkan pengamatan awal oleh peneliti, diketahui bahwasannya dair beberapa remaja yang diwawancarai mengatakan bahwa mereka menjadikan teman sebaya sebagai referensi dalam berpenampilan. Mereka melihat penampilan teman sebaya secara langsung maupun melihat dari postingan-postingan teman sebayanya di media sosial yang berpenampilan modis, sehingga timbul rasa ingin menyamakan barang-barang yang dikenakannya.

Berdasarkan penjabaran latar belakang masalah diatas dan juga dari beberapa penelitian terdahulu, maka peneliti ingin meneliti lebih dalam berkaitan dengan gaya hidup, konformitas teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif pada kalangan remaja. Oleh karena sebab itu peneliti ingin mengangkat judul penelitian “Pengaruh Gaya Hidup, Konformitas Teman Sebaya dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z di Kota Madiun”.

LITERATUR REVIEW

Gaya Hidup

Definisi gaya hidup menurut berbagai ahli diartikan sebagai suatu ciri atau karakteristik modernitas atau dunia yang modern. Artinya adalah setiap individu dalam masyarakat modern menggunakan gagasan gaya hidup untuk menggambarkan tindakan dirinya maupun orang lain Suyanto (2017 : 139). Kotler dalam Kanserina (2015) mendefinisikan gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas atau kegiatan, minat dan opini atau

pendapatnya. Sehingga dapat diartikan secara umum bahwa gaya hidup seorang individu dapat dilihat melalui kegiatan rutin yang dilakukan, apa yang dipikirkan terhadap segala hal disekitarnya dan seberapa jauh mereka peduli dengan hal itu serta yang mereka pikirkan tentang dirinya sendiri dan juga dunia luar.

Adapun faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang menurut Amstrong dalam Jumantini (2018), dibagi menjadi dua, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi sikap; pengalaman dan pengamatan; kepribadian; konsep diri; motif; dan persepsi. Sedangkan faktor eksternal terdiri atas kelompok refensi; keluarga; kelas sosial; dan kebudayaan. Menurut Sunarto dalam Kamaluddinn (2018) indikator gaya hidup, yaitu: *Activity* (Kegiatan), *Interest* (Minat), dan *Opinion* (Pendapat).

Konformitas Teman Sebaya

Menurut Myers dalam Yunalia (2020 : 23) konformitas adalah perubahan perilaku atau kepercayaan individu akibat tekanan aktual maupun tidak aktual dari kelompok. Menurut Rahmayanthi (2020) konformitas terbentuk karena adanya dorongan dari beberapa faktor, salah satunya yaitu besarnya pengaruh kelompok yang mempengaruhi individu untuk melakukan konformitas. Konformitas teman sebaya dapat membawa pengaruh positif dan juga negatif. Menurut Sears dalam Vatmawati (2019) faktor-faktor yang memungkinkan terjadinya perilaku konformitas antara lain:

1. Kurangnya Informasi.
2. Kepercayaan Individu terhadap Kelompok.
3. Kurangnya Rasa Percaya Diri.
4. Rasa Takut terhadap Celaan Sosial.
5. Rasa Takut Mendapatkan Penolakan.

Myers dalam Fitriyani (2013) mengemukakan indikator pembentuk konformitas yang terdiri atas dua aspek, yaitu:

1. Pengaruh Normatif, penyesuaian diri dengan keinginan atau harapan atau norma orang lain ataupun kelompok agar diterima dan mendapat pengakuan dari anggota kelompok lainnya.
2. Pengaruh Informatif, tekanan yang terbentuk akibat adanya keinginan dari individu untuk mempunyai pola pikir yang sama dan beranggapan bahwa informasi yang diperoleh dari kelompok lebih banyak daripada informasi yang dimiliki sendiri.

Status Sosial Ekonomi Orang Tua

Menurut Ujang Sumarwan dalam Sumarga dan Lestari (2019) status sosial atau kelas sosial adalah pengelompokan masyarakat ke dalam kelas atau tingkatan strata yang berbeda. Santrock dalam Nurachma dan Arief (2017) mendefinisikan status sosial ekonomi sebagai pengelompokan individu berdasarkan kesamaan karakteristik pekerjaan, pendidikan dan ekonomi. Menurut Dwiastruti (2012) faktor-faktor yang menentukan status sosial seseorang dibagi menjadi tiga kelompok variabel yaitu variabel ekonomi (status pekerjaan; pendapatan; harta benda), variabel interaksi (prestis individu; asosiasi; sosialisasi), dan variabel politik (kekuasaan; kesadaran kelas; mobilitas).

Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat status sosial ekonomi orang tua menurut Soekanto dalam Aningsih dan Soejoto (2018), yaitu:

1. Pendidikan.
2. Pekerjaan.
3. Pendapatan.
4. Kepemilikan/Kekayaan.

Perilaku Konsumtif

Menurut David L. Loudon dan Albert J. Della Bitta dalam Shinta (2011 : 40) perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam proses mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang dan jasa. Perilaku Konsumen dibedakan menjadi dua jenis, yaitu bersifat rasional dan perilaku bersifat irasional. Menurut Firmansyah (2018 : 15) perilaku konsumen bersifat rasional adalah tindakan konsumen dalam kegiatan pembelian suatu barang atau jasa yang mementingkan aspek konsumen secara umum, misalnya seperti tingkat kebutuhan mendesak (skala prioritas), kebutuhan pokok serta manfaat produk itu sendiri bagi konsumen. Sedangkan perilaku konsumen yang bersifat irasional menurut Simarmata et al. (2021 : 5) adalah perilaku konsumen yang dalam melakukan pembelian tidak didasarkan pada pemikiran logis dan mengedepankan kebutuhan namun karena adanya faktor lain dari rayuan marketing seperti diskon, hadiah serta iming-iming lainnya. Dalam hal ini perilaku konsumtif dapat disebut juga dengan perilaku konsumen yang bersifat irasional.

Menurut Mowen & Minor dalam Ayu, Dezianti, and Hidayati (2021) perilaku konsumtif diartikan sebagai kecenderungan manusia dalam mengonsumsi sesuatu dengan tidak terbatas, mereka lebih mementingkan keinginan dibanding dengan kebutuhan. Hal ini menggambarkan bahwa kecenderungan manusia dalam kegiatan konsumsi kurang dapat membedakan manakah yang termasuk kebutuhan dan mana yang termasuk keinginan, serta tidak lagi mempertimbangkan skala prioritas.

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Irwansyah et al. (2021) ada beberapa faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli suatu produk sehingga memicu timbulnya perilaku konsumtif, yaitu:

1. Faktor Internal, antara lain motivasi; persepsi; keyakinan dan sikap; pengetahuan; usia dan siklus hidup; pekerjaan; kondisi ekonomi; gaya hidup; kepribadian dan konsep diri.
2. Faktor Eksternal, meliputi budaya; sub budaya; kelas sosial; keluarga; kelompok referensi; peran dan status.

Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur perilaku konsumtif menurut Sumartono dan Djabar dalam Astuti (2013), antara lain:

1. Membeli produk karena penawaran hadiah dan diskon.
2. Membeli karena kemasannya menarik.
3. Membeli demi menjaga penampilan dan gengsi.
4. Membeli produk atas pertimbangan harga.
5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.
6. Membeli karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk.
7. Membeli karena untuk meningkatkan rasa percaya diri.
8. Membeli lebih dari dua barang yang sama dengan merk yang berbeda.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara variabel gaya hidup (X_1), konformitas teman sebaya (X_2) dan status sosial ekonomi orang tua (X_3) terhadap perilaku konsumtif generasi Z di kota Madiun.

Adapun anggota populasi yang dipilih sebagai subjek penelitian adalah remaja di kota Madiun dengan rentang usia 15-25 tahun. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *probability sampling*. Sedangkan metode penarikan sampel yang digunakan yaitu *simple random sampling*.

Pengumpulan data dan informasi diperoleh melalui sumber data primer yaitu dengan cara *interview* (wawancara) dan juga menyebarkan kuesioner atau angket. Teknik wawancara dilakukan sebagai langkah observasi awal untuk memperoleh informasi mengenai kondisi di lapangan (objek penelitian). Sedangkan untuk memperoleh data penelitian menggunakan hasil dari kuesioner yang diisi oleh 100 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.629	5.710		2.212	.029
Gaya Hidup	.405	.114	.311	3.539	.001
Konformitas Teman Sebaya	.820	.267	.267	3.073	.003
Status Sosial Ekonomi Orang Tua	.471	.128	.320	3.667	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Berdasarkan pada Tabel 4.12 maka diperoleh bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = 12,629 + 0,405X_1 + 0,820X_2 + 0,471X_3$$

Sehingga dari persamaan diatas dapat dijelaskan bahwa:

- Nilai konstan (a) = 12,629 mengandung pengertian bahwa apabila variabel gaya hidup (X_1), konformitas teman sebaya (X_2) dan status sosial ekonomi orang tua (X_3) bernilai sebesar 0, maka variabel perilaku konsumtif (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 12,629.
- $b_1 = 0,405$ merupakan nilai koefisien regresi variabel gaya hidup, yang berarti setiap peningkatan satu poin variabel gaya hidup maka perilaku konsumtif akan bertambah sebesar 0,405 dengan syarat variabel lain bersifat konstan.

- c. $b_2 = 0,820$ merupakan nilai koefisien regresi variabel konformitas teman sebaya, yang berarti setiap peningkatan satu poin variabel konformitas teman sebaya maka perilaku konsumtif akan mengalami peningkatan $0,820$ dengan syarat variabel lain bersifat konstan.
- d. $b_3 = 0,471$ merupakan nilai koefisien regresi variabel status sosial ekonomi orang tua, yang artinya yaitu setiap peningkatan satu poin variabel status sosial ekonomi orang tua akan bertambah sebesar $0,471$ dengan syarat variabel lain bersifat konstan.

Uji t (Uji Parsial)

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan pada uji t yaitu jika nilai sig. $< 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang artinya variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis Uji t

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.629	5.710		2.212	.029
Gaya Hidup	.405	.114	.311	3.539	.001
Konformitas Teman Sebaya	.820	.267	.267	3.073	.003
Status Sosial Ekonomi Orang Tua	.471	.128	.320	3.667	.000

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 4.13 dapat disimpulkan pada penjelasan berikut ini:

- 1) Diketahui pada variabel gaya hidup (X_1) nilai sig. $0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,539 > t_{tabel} 1,985$, sehingga dari hasil tersebut maka H_1 diterima yang artinya variabel gaya hidup secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kota Madiun.
- 2) Diketahui pada variabel konformitas teman sebaya (X_2) nilai sig. $0,003 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,073 > t_{tabel} 1,985$, sehingga dari hasil tersebut maka H_2 diterima yang mengandung pengertian bahwa variabel konformitas teman sebaya secara parsial membawa pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kota Madiun.

3) Diketahui pada variabel status sosial ekonomi orang tua (X_3) nilai sig. $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,667 > t_{tabel} 1,985$, sehingga dari hasil tersebut maka H_3 diterima yang berarti secara parsial variabel status sosial ekonomi orang tua mempengaruhi perilaku konsumtif generasi Z di Kota Madiun.

Uji F (Uji Simultan)

Untuk melihat apakah secara simultan (bersama-sama) keseluruhan dari variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Dengan asumsi pada uji F yaitu jika nilai sig. $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Tabel 3. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	790.127	3	263.376	12.762	.000 ^b
Residual	1981.183	96	20.637		
Total	2771.310	99			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas Teman Sebaya, Gaya Hidup

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS, 2022

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel 3, maka dapat diketahui nilai sig. $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 12,762 > F_{tabel} 2,70$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima, yang berarti terdapat pengaruh antara gaya hidup, konformitas teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua secara simultan atau bersama-sama terhadap perilaku konsumtif.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi dilakukan dengan tujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh antara variabel X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y dengan cara melihat pada nilai *R Square*.

1) Uji Koefisien Determinasi (R^2) variabel gaya hidup (X_1) terhadap perilaku konsumtif (Y) generasi Z di Kota Madiun.

Tabel 4. Hasil Uji R^2 (X_1 terhadap Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.324 ^a	.105	.096	5.03044

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup

Berdasarkan Tabel 4. dapat diketahui bahwa:

- a) Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,324 artinya bahwa hubungan antara variabel gaya hidup (X_1) terhadap Y dalam kategori sedang.
 - b) Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,105 berarti bahwa secara parsial variabel gaya hidup (X_1) mempengaruhi perilaku konsumtif (Y) sebesar 10,5% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
- 2) Uji Koefisien Determinasi (R^2) variabel konformitas teman sebaya (X_2) terhadap perilaku konsumtif (Y) generasi Z di Kota Madiun.

Tabel 5. Hasil Uji R^2 (X_2 terhadap Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.244 ^a	.059	.050	5.15726

a. Predictors: (Constant), Konformitas Teman Sebaya

Berdasarkan Tabel 4.16 dapat diketahui bahwa:

- a) Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,244 artinya bahwa hubungan antara variabel konformitas teman sebaya (X_2) terhadap (Y) berada dalam kategori **lemah**.
 - b) Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,059 berarti bahwa secara parsial variabel konformitas teman sebaya (X_2) mempengaruhi perilaku konsumtif sebesar 5,9% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
- 3) Uji Koefisien Determinasi (R^2) variabel status sosial ekonomi orang tua (X_3) terhadap perilaku konsumtif (Y) generasi Z di Kota Madiun.

Tabel 6. Hasil Uji R^2 (X_3 terhadap Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
-------	---	----------	-------------------	----------------------------

1	.373 ^a	.139	.130	4.93480
---	-------------------	------	------	---------

a. Predictors: (Constant), Status Sosial Ekonomi Orang Tua

Berdasarkan Tabel 4.17 dapat diketahui bahwa:

- a) Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,373 artinya bahwa hubungan antara variabel status sosial ekonomi orang tua (X_3) terhadap (Y) berada dalam kategori **sedang**.
 - b) Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,139 berarti bahwa secara parsial variabel status sosial ekonomi orang tua (X_3) memengaruhi perilaku konsumtif sebesar 13,9% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
- 4) Uji Koefisien Determinasi (R^2) variabel gaya hidup, konformitas teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kota Madiun.

Tabel 7. Hasil Uji R^2 (X_1, X_2, X_3 terhadap Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.534 ^a	.285	.263	4.54283

a. Predictors: (Constant), Status Sosial Ekonomi Orang Tua,

Konformitas Teman Sebaya, Gaya Hidup

Berdasarkan Tabel 4.16 dapat diketahui bahwa:

- a) Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,534 artinya bahwa hubungan antara gaya hidup (X_1), variabel konformitas teman sebaya (X_2) dan status sosial ekonomi orang tua (X_3) terhadap (Y) berada dalam kategori **kuat**.
- b) Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,285 berarti bahwa secara simultan kontribusi pengaruh variabel independen (gaya hidup, konformitas teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua) terhadap variabel dependen (perilaku konsumtif) adalah sebesar 28,5%. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh variabel gaya hidup, konformitas teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua sebesar 28,5% dan sisanya yaitu 71,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Madiun

Pada pengujian uji parsial (uji t) diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa secara parsial variabel gaya hidup (X_1) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kota Madiun. Sehingga mengandung arti bahwa H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak. Hasil uji t pada variabel gaya hidup (X_1) terhadap perilaku konsumtif (Y) diperoleh nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $3,359 > t_{tabel}$ sebesar $1,985$, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara variabel gaya hidup terhadap variabel perilaku konsumtif generasi Z di Kota Madiun. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat gaya hidup generasi Z di Kota Madiun maka akan semakin meningkat pula tingkat perilaku konsumtif generasi Z di Kota Madiun. Sedangkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,105$ menunjukkan pengaruh variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumtif sebesar $10,5\%$ dan sisanya dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain.

Penelitian ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Handayani dan Patricia sebagaimana dikutip oleh Hasanah, Nurdin, dan Rahmawati (2019) menjelaskan bahwa semakin tinggi gaya hidup maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif seseorang.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Pulungan dan Febriaty (2018) dalam sebuah jurnal Riset Sains Manajemen Vol. 2 2018 yang berjudul Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dengan hasil penelitian yang menyebutkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

2. Pengaruh Konformitas Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Madiun

Pada pengujian uji t atau uji hipotesis secara parsial diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa variabel konformitas teman sebaya (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) generasi Z di Kota Madiun. Hal ini berarti bahwa H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak. Nilai signifikansi hasil uji t pada variabel konformitas teman sebaya diperoleh sebesar $0,003 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $3,073 > t_{tabel}$ sebesar $1,985$, maka kesimpulan dari hasil pengujian uji t yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kota Madiun. Hal tersebut mengandung pernyataan bahwa semakin tinggi tingkat konformitas teman sebaya pada generasi Z di Kota Madiun maka akan semakin meningkat pula perilaku

konsumtif generasi Z di Kota Madiun. Untuk nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,059 menunjukkan pengaruh variabel konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif sebesar 5,9% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Tingginya tingkat konformitas teman sebaya pada kalangan remaja generasi Z ditandai dengan sikap mereka dalam pergaulannya. Pada hasil kuesioner yang telah tersebar dilapangan diketahui bahwa mereka selalu meminta pendapat teman dalam mengambil keputusan untuk membeli sesuatu, ingin berpenampilan sama seperti temannya, dan juga selalu mengikuti segala gaya dalam kelompok pergaulan.

Penelitian ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Zebua dan Nurdjayadi sebagaimana dikutip oleh Wardani dan Anggadita (2021) bahwa konformitas adalah suatu tuntutan yang tidak tertulis dari kelompok teman sebaya terhadap anggotanya tetapi memiliki pengaruh yang kuat dan dapat menyebabkan munculnya perilaku-perilaku tertentu pada anggota kelompok.

Penelitian yang dilakukan oleh Romadloniyah dan Setiaji (2020) dalam jurnal EEAJ Vol. 9 2020 yang berjudul Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Gender menyebutkan adanya pengaruh positif antara konformitas terhadap perilaku konsumtif.

3. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Madiun

Hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara status sosial ekonomi orang tua (X_3) terhadap variabel perilaku konsumtif (Y) generasi Z di Kota Madiun. Berdasarkan hasil uji t tersebut dapat diartikan juga bahwa H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak. Nilai signifikansi hasil uji t pada variabel status sosial ekonomi orang tua diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $3,667 > t_{tabel}$ 1,985, maka kesimpulan dari hasil pengujian uji t yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kota Madiun. Hal tersebut mengandung pernyataan bahwa semakin tinggi tingkat status sosial ekonomi orang tua kalangan remaja generasi Z di Kota Madiun maka akan semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtifnya. Untuk nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,139 menunjukkan bahwa pengaruh variabel status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif sebesar

13,9% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang digunakan dalam penelitian ini.

Pada umumnya remaja akan bersikap menyesuaikan dengan kelas sosial yang dimiliki oleh orang tuanya. Stratifikasi sosial atau status sosial atau kelas sosial menurut Ujang Sumarwan diartikan sebagai pengelompokan masyarakat ke dalam kelas atau strata yang berbeda.

Penelitian ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Kotler dan Armstrong tentang faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu faktor internal (motivasi, persepsi, keyakinan dan sikap, pengetahuan, usia dan siklus hidup, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup kepribadian dan konsep diri) dan faktor eksternal (budaya, sub budaya, kelas sosial, keluarga, kelompok referensi, peran dan status). Menurut variabel status sosial ekonomi orang tua merupakan turunan dari faktor eksternal yaitu kelas sosial. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi status sosial ekonomi orang tua maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Sehingga stratifikasi sosial pada orang tua membawa pengaruh terhadap bagaimana sikap remaja dalam bersosialisasi di lingkungannya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurachma dan Arief (2017) pada jurnal EEAJ Vol. 6 2017 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara status sosial ekonomi terhadap perilaku konsumtif. Penelitian lain yang sesuai yaitu oleh Romadloniyah dan Setiaji (2020) pada Jurnal EEAJ Vol. 9 2020 menyatakan bahwa status sosial ekonomi orang tua berpengaruh secara positif terhadap perilaku konsumtif.

4. Pengaruh simultan Gaya Hidup (X_1), Konformitas Teman Sebaya (X_2) dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua (X_3) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Generasi Z di Kota Madiun

Hasil pengujian hipotesis menggunakan uji F (simultan) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel gaya hidup (X_1), konformitas teman sebaya (X_2) dan status sosial ekonomi orang tua (X_3) terhadap perilaku konsumtif (Y) generasi Z di Kota Madiun. Hasil uji F diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan F_{hitung} sebesar 12,762 $> F_{tabel}$ sebesar 2,70, yang artinya H_{a4} diterima dan H_{04} ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel gaya hidup, konformitas teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kota Madiun.

Dalam regresi linier berganda diperoleh hasil nilai R yaitu sebesar 0,534 yang menunjukkan bahwa adanya hubungan positif dan kuat antara gaya hidup (X_1), konformitas teman sebaya (X_2) dan status sosial ekonomi orang tua (X_4) terhadap perilaku konsumtif (Y) sebesar 53,4%. Sedangkan pada hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai R^2 sebesar 0,285 atau 28,5% yang artinya variabel independen (gaya hidup, konformitas dan status sosial ekonomi orang tua) berkontribusi dalam mempengaruhi variabel dependen (perilaku konsumtif) sebesar 28,5% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan oleh peneliti pada penelitian ini.

Menurut teori Kotler sebagaimana dikutip oleh Irwansyah et al. (2021) terdapat dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Diantaranya yang termasuk dalam faktor-faktor tersebut yaitu gaya hidup, kelas sosial dan kelompok referensi. Dalam penelitian ini status sosial ekonomi orang tua merupakan variabel turunan dari faktor kelas sosial, sedangkan konformitas teman sebaya turunan dari faktor kelompok referensi. Hasil penelitian terdahulu yang sesuai adalah dilakukan oleh Romadloniyah dan Setiaji (2020) dalam jurnal *EEAJ* Vol. 9 2020 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh simultan antara status sosial ekonomi orang tua, konformitas dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian serta analisis data yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kota Madiun, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kota Madiun, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kota Madiun. Sedangkan secara simultan atau bersama-sama variabel gaya hidup, konformitas teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kota Madiun.

REFERENSI

Aningsih, Aviani Vitri, and Ady Soejoto. 2018. "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Hasil Belajar Mahasiswa Terhadap Tingkat Literasi Ekonomi Mahasiswa." *JPEKA*

(*Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*) 2(1):11–18.

- Astuti, Endang Dwi. 2013. “Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda.” *Psikoborneo* 1(2):79–83.
- Ayu, Dara, Nova Dezianti, and Fina Hidayati. 2021. “Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial.” *Psikologi Sains Dan Profesi* 5(2):151–58.
- Dwiastuti, Rini, Agustina Shinta, and Riyanti Isaskar. 2012. *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang: UB Press.
- Firmansyah, Muhammad Anang. 2018. *Perilaku Konsumen*. Surabaya: Deepublish.
- Fitriyani, Nur, Presetyo Budi Widodo, and Nailul Fauziah. 2013. “Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang.” *Psikologi Undip* 12(1):55–68.
- Hardianti, Siti. 2019. “Pengaruh Status Sosial Dan Literasi Ekonomi Terhadap Keputusan Konsumsi Mahasiswa Pendidikan.” *Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa* 8(6):1–8.
- Hasanah, Winda, Nurdin, and Rahmawati. 2019. “Pengaruh Literasi Ekonomi, Gaya Hidup, Konformitas Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.” *E3J: Economic, Education and Entrepreneurship Journal* Vol. 2(1):41–47.
- Irwansyah, Rudy, Khanti Listya, Amanda Setiorini, Ita Musfiro Hanika, and Dst. 2021. *Perilaku Konsumen*. 1st ed. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Jumantini, Entin. 2018. “Pengaruh Modernitas Individu Dan Lingkungan Sosial Terhadap Gaya Hidup Pada Siswa SMK Bisnis Dan Manajemen Terakreditasi A Di Kota Bandung.” *Equilibrium* 15(1):57–63.
- Kamaluddinn, and Muhajirin. 2018. “Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Berbelanja Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE BIMA).” *Akrab Juara* 3(3).
- Kanserina, Dias. 2015. “Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015.” *Pendidikan Ekonomi Undiksha* 5(1).
- Nurachma, Yasin'ta Aulia, and Sandy Arief. 2017. “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang TA. 2015/2016.” *EEAJ (Economic*

Education Analysis Journal) 6(2):489–500.

Pulungan, Delyana Rahmawaty, and Hastina Febriaty. 2018. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.” *Jurnal Riset Sains Manajemen* 2(3):1–8. doi: 10.5281/zenodo.1410873.

Rahmayanthi, Ranni, Ilfiandra, and Syamsu Yusuf. 2020. “Profil Konformitas Teman Sebaya Berdasarkan Faktor Demografi.” *IJEC (Indonesian Journal of Educational Counseling)* 4(1):65–74. doi: 10.30653/001.202041.124.

Romadloniyah, Ayun, and Khasan Setiaji. 2020. “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Gender.” *EEAJ (Economic Education Analysis Journal)* 9(1):50–64. doi: 10.15294/eeaj.v9i1.37224.

Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.

Simarmata, Hengki Mangiring Parulian, Erika Revida, Iskandar Kato, Hijrayanti Sari, Sudung Simatupang, Andriasan Sudarso, Muhamad Faisal, Diena Dwidienawati Tjiptadi, Sisca, Martono Anggusti, and urilla Endah Muliatic. 2021. *Manajemen Perilaku Konsumen Dan Loyalitas*. edited by A. Karim and J. Simarmata. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Suharyono. 2018. “Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Al-Intaj* 4(2):308–27.

Sumarga, Hendi Eka, and Sofyanti Ayu Lestari. 2019. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.” *Dynamic Management* 3(2):76–89.

Suyanto, Bagong. 2017. *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme Dan Konsumsi Di Era Masyarakat Post-Modernisme*. Jakarta: Kencana.

Vatmawati, Septi. 2019. “Hubungan Konformitas Siswa Dengan Pengambilan Keputusan Karir.” *EMPATI (Jurnal Bimbingan Dan Konseling)* 6(1):55–70.

Wardani, Laila Meiliyandrie Indah, and Ritia Anggadita. 2021. *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.

Yunalia, Endang Mei, and Arif Nurma Etika. 2020. *Remaja Dan Konformitas Teman Sebaya*. Malang: Ahlimedia Press.