

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA
DI UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

TESIS



OLEH:

**RINA AFRIZA
NIM. 91466**

**Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Mendapatkan Gelar Magister Pendidikan**

**PROGRAM STUDI ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
KONSENTRASI PENDIDIKAN EKONOMI / GEOGRAFI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2010**

ABSTRACT

Rina Afriza. 91466. 2010. Factors that influence the Consumptive Behaviour of Students of University of Padang State. Supervised By Prof. Drs.Azmi, M.A, Ph.D and Dr. Sri Ulfa Sentosa, M.Si.

This research was to know and analyze: firstly, the influence of amount of money possessed, knowledge, and the referred group of people to the motivation of buying things among the students of Padang State of University; secondly, the influence of amount of money possessed, knowledge, and the motivation of buying things to the consumptive behavior among the students of Padang State of University; thirdly, the partially total influence of amount of money possessed, knowledge, the motivation of buying things and the group of people to the consumptive behavior among the students of Padang State of University.

This research was categorized as descriptive research with quantitative approach. The population of this research is the students of Padang State of University. The technique applied in collecting samples was probability random sampling. The total of samples is 394 people. The data were analyzed by applying the Path Analysis model that were divided into two sub-structures, that are sub-structure 1 (blok 1 line) and sub-structure 2 (blok 2 line). To see the effect of simultaneously and used partial with F test and t test at significance level $\alpha = 0,05$

This research has shown that: 1) the amount of money possessed, knowledge, and the referred group of people as the whole aspect has significantly influenced the motivation of buying things among the student of Padang State of University, 2) the amount of money possessed, knowledge, the referred group of people, and the motivation of buying things has significantly influenced the consumptive behavior of the student of Padang State of University, 3) the amount of money possessed, knowledge, the referred group of people, and the motivation of buying things has significantly influenced the consumptive behavior of the students of Padang State of University.

The results of this research may serve as input for the existing of the students of Padang State of University, to try control their consumptive behavior in activities of daily consumption, as well as more selective spending money they have by exploiting knowledge about the products in buying goods on the basic economic principles, rationale and motivation to control the purchase of products that mealli useful because the effect of referred group.

ABSTRAK

Rina Afriza, 91466. 2010. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Universitas Negeri Padang Di bawah Bimbingan Bapak Prof. Drs. Azmi, M.A, Ph.D dan Ibu Dr. Sri Ulfa Sentosa, M.Si

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: 1) Pengaruh jumlah uang yang dimiliki, pengetahuan, dan kelompok acuan secara bersama-sama terhadap motivasi pembelian mahasiswa di Universitas Negeri Padang, 2) Pengaruh jumlah uang yang dimiliki, pengetahuan, kelompok acuan dan motivasi pembelian secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Universitas Negeri Padang, 3) Pengaruh total secara parsial jumlah uang yang dimiliki, pengetahuan, kelompok acuan, dan motivasi pembelian terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Universitas Negeri Padang

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Universitas Negeri Padang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Probability Random Sampling*. Total sampel dalam penelitian ini adalah 394 orang. Data dianalisis dengan menggunakan model analisis jalur (*Path Analysis*) yang dibagi atas dua sub-struktur yaitu sub-struktur 1 (jalur blok 1) dan sub-struktur 2 (jalur blok 2). Untuk melihat pengaruh secara simultan dan parsial digunakan uji F dan uji t pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$.

Hasil penelitian menunjukkan: 1) jumlah uang yang dimiliki, pengetahuan, dan kelompok acuan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap motivasi pembelian mahasiswa di Universitas Negeri Padang, 2) Jumlah uang yang dimiliki, pengetahuan, kelompok acuan dan motivasi pembelian secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Universitas Negeri Padang, 3) jumlah uang yang dimiliki, pengetahuan, kelompok acuan dan motivasi pembelian berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Universitas Negeri Padang.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan bagi mahasiswa yang ada di Universitas Negeri Padang, untuk berusaha mengendalikan perilaku konsumtif mereka dalam aktivitas konsumsi sehari-hari, serta lebih selektif membelanjakan uang yang mereka miliki dengan memanfaatkan pengetahuan tentang produk dalam membeli barang-barang kebutuhan berdasarkan prinsip ekonomi, rasional dan mengendalikan motivasi pembelian terhadap produk yang kurang bermanfaat karena pengaruh kelompok referensi.

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur yang paling dalam penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya yang telah memberikan kekuatan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Universitas Negeri Padang ”**. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Pendidikan (M.Pd) pada Program Pascasarjana Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial dengan konsentrasi Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Padang.

Dalam penyusunan tesis ini, penulis banyak mendapat bantuan dan dorongan baik materil maupun moril dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Mukhayar, M.Pd selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Negeri Padang yang telah banyak memberikan kemudahan dan fasilitas selama mengikuti pendidikan.
2. Bapak Prof. Drs. Azmi, M.A, Ph.D selaku dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan tesis ini.
3. Ibu Dr. Sri Ulfa Sentosa, M.Si selaku dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan tesis ini.

4. Bapak Prof Dr. H. Azwar Ananda, M A, Ibu Dr. Siti Fatimah, M.Pd, M.Hum dan Bapak Prof Dr. H. Abizar selaku dosen penguji sekaligus dosen program Pascasarjana Universitas Negeri Padang yang memberikan saran-saran yang dapat menjadi pembelajaran bagi penulis dalam perbaikan tesis ini.
5. Bapak Rektor Universitas Negeri Padang yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Universitas Negeri Padang.
6. Dosen dan Seluruh pegawai Program Pascasarjana Universitas Negeri Padang yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam rangka kelancaran penyelesaian tesis ini.
7. Ibu dan Papa tercinta, serta kedua saudara ku, yang selalu memberikan bantuan moril maupun materil serta do'a sehingga penulis memiliki kekuatan dan semangat dalam menyelesaikan tesis ini.
8. Untuk rekan-rekan mahasiswa sekaligus sahabat di Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial angkatan 2007 khususnya, Erliza, Ni Anit, Pak Faita, Buk Bet yang sama-sama berjuang (pahit dan manis) dalam penyelesaian tesis ini, Ni Ver, Da Is, Adek, dan Lolita yang telah meluangkan waktu dan memberikan masukan yang konstruktif demi penyelesaian tesis ini. Terimakasih untuk para sahabatku, Mayasari, Ajeng, Kak Santi Arroiyan dan Ni Desi Areva atas kebersamaannya yang penuh arti selama ini. Srijaya (ii), Lia, Sari, Ni Rita, Marni dan mahasiswa ekonomi/geografi 08 semoga selalu lancar bimbingannya.
9. Pihak-pihak lainnya yang telah banyak membantu penulis dalam penyelesaian tesis ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan dan dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan saran dan kritikan yang membangun dari semua pihak. Mudah-mudahan tesis ini memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan. Semoga Allah SWT selalu memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya, amin.

Padang, Juli 2010

Penulis

RINA AFRIZA

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan Penelitian	12
F. Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan teori	14
1. Perilaku Konsumen (<i>Consumers Behavior</i>)	14
a. Perilaku Ekonomis(Rasional)	18
b. Perilaku Konsumtif (Irrasional)	19
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	24
a. Jumlah Uang yang Dimiliki	25
b. Pengetahuan	31
c. Kelompok Acuan	33
d. Motivasi Pembelian.....	38
B. Temuan Penelitian Sejenis	42
C. Kerangka Pemikiran.....	42

D. Hipotesis Penelitian.....	44
------------------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	46
B. Populasi dan Sampel	47
1. Populasi	47
2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	47
C. Variabel dan Teknik Pengumpulan Data	50
D. Instrumen Penelitian	51
E. Definisi Operasional	53
F. Pengujian Instrumen	56
1. Uji Validitas	56
2. Uji Reliabilitas	58
G. Teknik Analisis Data	59
1. Analisis Deskriptif	60
2. Uji Persyaratan Asumsi	61
3. Tahap Analisis Data dengan Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)....	63

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	68
1. Sejarah Universitas Negeri Padang.....	68
2. Visi dan Misi Universitas Negeri Padang.....	69
B. Karakteristik Responden	70
1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	70
2. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Umur	71
3. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Penghasilan	72
C. Deskripsi Variabel Penelitian	74
1. Variabel Jumlah Uang yang Dimiliki (X_1).....	74
2. Variabel Pengetahuan (X_2)	78
3. Variabel Kelompok Acuan(X_3).....	81

4. Variabel Motivasi Pembelian (X_4)	84
5. Variabel Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y)	86
D. Hasil Analisis Data Penelitian	88
1. Uji Persyaratan Asumsi.....	88
2. Uji Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	91
a. Menguji Sub-Struktur 1 (Jalur Blok 1)	92
b. Menguji Sub-Struktur 2 (Jalur Blok 2)	97
3. Memaknai Hasil Analisis Jalur	102
E. Pembahasan	104
1 Variabel Jumlah Uang yang Dimiliki Berpengaruh Signifikan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Universitas Negeri Padang.....	106
2 Variabel Pengetahuan Berpengaruh Signifikan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Universitas Negeri Padang..	107
3. Variabel Kelompok Acuan Berpengaruh Signifikan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Universitas Negeri Padang	111
4. Variabel Motivasi Pembelian Berpengaruh Signifikan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Universitas Negeri Padang	115
5. Variabel, Jumlah Uang yang Dimiliki, Pengetahuan, Kelompok Acuan dan Motivasi Pembelian Secara Bersama-sama Berpengaruh Signifikan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Universitas Negeri Padang.....	119
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	124
B. Saran	126
 DAFTAR RUJUKAN	128

DAFTAR TABEL

1. Tabel 3.1 Jumlah Populasi Mahasiswa UNP Per Fakultas	47
2. Tabel 3.2 Jumlah Sampel Mahasiswa UNP Per Fakultas	49
3. Tabel 3.3 Distribusi Skor Skala.....	52
4. Tabel 3.3 Butir Pernyataan yang Tidak Memenuhi Uji Validitas	58
5. Tabel 3.4 Hasil Uji Coba Reliabilitas Angket	59
6. Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
7. Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	72
8. Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Penghasilan	73
9. Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jumlah Uang yang Dimiliki	75
10. Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jumlah Uang yang Dimiliki	77
11. Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan.....	78
12. Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Kelompok Acuan	83
13. Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Motivasi Pembelian	84
14. Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Perilaku Konsumtif Mahasiswa.....	87
15. Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas Data	89
16. Tabel 4.11 Hasil Uji Linearitas	90
17. Tabel 4.12 Hasil Uji Homogenitas	91
18. Tabel 4.14 Anova Model Sub-Struktur 1.....	93
19. Tabel 4.15 Coefficient Model 1 Sub-Struktur 1.....	94
20. Tabel 4.16 Model Summary Sub-Struktur 1	96

21. Tabel 4.17 Anova Model Sub-Struktur 2.....	98
22. Tabel 4.18 Coefficient Model Struktur2	98
23. Tabel 4.19 Model Summary Sub-Struktur 2.....	101
24. Tabel 4.20 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung, Total	105

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 2.1 Model Dasar Perilaku	15
2. Gambar 2.2 Kurva kepuasan konsumen.....	27
3. Gambar 2.3 Garis kombinasi atribut	29
4. Gambar 2.4 Kerangka Konseptual	44
5. Gambar 3.1 Struktur hubungan variabel Eksogen (x) dengan variabel Endogen (Y)	64
6. Gambar 3.2 Hubungan kausal X1, X2, dan X4 ke X3.....	65
7. Gambar 3.3 Hubungan kausal X1, X2, X3 dan X4 terhadap Y	65
8. Gambar 4.1 Hubungan kausal X1, X2, dan X4 ke X3.....	95
9. Gambar 4.2 Hubungan kausal X1, X2, X3 dan X4 terhadap Y	100

DAFTAR LAMPIRAN

1. Validitas dan Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y)...	131
2. Validitas dan Reliabilitas Variabel Pengetahuan (X_2)	133
3. Validitas dan Reliabilitas Motivasi Kelompok Acuan (X_3)	134
4. Validitas dan Reliabilitas Variable Motivasi Pembelian (X_4)	135
5. Frequency Variabel Perilaku Konsumtif (Y)	136
6. Frequency Variabel Jumlah Uang yang Dimiliki (X_1)	142
7. Frequency Variabel Pengetahuan (X_2)	146
8. Frequency Variabel Kelompok Acuan (X_3).....	150
9. Frequency Variabel Motivasi Pembelian (X_4)	153
10. Uji Normalitas	156
11. Uji Linearitas	158
12. Uji Homogenitas	158
13. Analisis Jalur Sub-Struktur 1	160
14. Analisis Jalur Sub-Struktur 2	162

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, tesis dengan judul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Universitas Negeri Padang adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, penilaian dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Di dalam karya tulis ini tidak terdapat hasil karya ataupun pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali dikutip secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Karya ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padang, 5 Juli 2010
Saya yang menyatakan

RINA AFRIZA
NIM.91466

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Peradaban moderen yang tumbuh dari perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) telah menunjukkan kemajuan yang besar dalam setiap aspek kehidupan manusia. Namun perkembangan peradaban yang kian maju itu tidak selamanya membawa dampak positif karena beberapa di antaranya menimbulkan dampak yang kurang baik dalam kehidupan masyarakat. Salah satu contoh menurut Susetyo (2007:2) adalah terjadinya perubahan budaya konsumsi manusia menuju budaya konsumtif terhadap benda-benda (*material culture*).

Di Indonesia, perilaku konsumtif yang berkembang dalam masyarakat menurut Chaney (1996:8) disebabkan oleh pengaruh dari arus globalisasi ekonomi yang masuk ke Indonesia yang ditandai dengan munculnya pusat-pusat perbelanjaan semacam *shopping mall*, industri mode, kawasan hunian mewah, kecintaan terhadap merek asing, makanan serba instan (*fast food*), telepon seluler dan lain-lainnya. Hal itu membentuk masyarakat untuk selalu tergantung terhadap semua fasilitas yang telah disediakan.

Kenyataan di atas membentuk masyarakat Indonesia hampir tidak bisa lepas dari peran objek sebagai pemuas eksistensi (status, *prestise*, dan kelas sosial), dimana kebutuhan bukan lagi sekedar untuk memenuhi fungsi *utilitas* akan tetapi kini juga menandai kelas, status, atau simbol sosial tertentu bagi

individu dalam kelompok masyarakat. Konsumtisme sudah menjadi gaya hidup masyarakat kelas menengah perkotaan di Indonesia yang separuh lebih penduduknya masih miskin.

Fenomena ini menurut Fauzi Ikhsan (dalam Hartati. 2003:3) sebenarnya bukan hanya milik Indonesia, tetapi juga negara-negara lain yang ada di dunia. Perilaku ini timbul sebagai dampak globalisasi dan sistem kapitalisme modern yang mendasarkan pada nilai materialistis, mulai tingkah laku, pola pikir, hingga sikap.

Akan tetapi menurut Nielson (dalam Hartati. 2003:3), masyarakat menengah perkotaan Indonesia di tahun 1996 lebih agresif meniru gaya hidup konsumtif dibandingkan dengan masyarakat di negara asal budaya konsumerisme itu sendiri. Kenyataan ini digambarkan oleh hasil penelitian yang dilakukan Nielson, dimana menurut survey Nielson setiap dua dari 10 orang konsumen kelas menengah Indonesia, 90 % dari mereka memilih membeli produk karya desainer internasional, meskipun mereka menyadari barang tersebut terlalu mahal dan kualitasnya pun tidaklah istimewa. Sementara pada semester I – 2006, menurut Nielson angka penjualan barang-barang bermerek dan *consumer goods* meningkat dari 10% menjadi 15%. Angka ini tertinggi kedua diantara 15 negara Asia Pasifik.

Perilaku konsumtif tidak hanya terjadi pada orang dewasa, tetapi juga sudah diadopsi oleh generasi muda (remaja). Apalagi secara psikologis, remaja masih berada dalam proses mencari jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh luar. Selain itu masa remaja merupakan masa yang penuh

dengan ketidakstabilan dan keseimbangan emosi, sehingga dengan mudah dipengaruhi oleh lingkungan.

Bagi produsen sendiri, kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang potensial. Alasannya antara lain pola konsumsi seseorang terbentuk pada saat usia remaja. Disamping itu, remaja biasanya mudah terbuju rayuan iklan, mudah dipengaruhi lingkungan pergaulan, berfikir kurang realistis dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya. Sifat-sifat inilah yang dimanfaatkan oleh sebahagian produsen untuk menguasai pasar remaja.

Pendapat ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Reynold, yang menyatakan bahwa remaja di Bandung (usia 16-18 th) membelanjakan uangnya lebih banyak untuk keperluan menunjang penampilan diri mulai untuk kebutuhan kosmetik, pakaian, pulsa hp dan lain-lainnya. Hal ini dianggap wajar oleh sebahagian kelompok masyarakat, mengingat usia remaja merupakan usia peralihan dalam mencari identitas diri (Lahmanindra. 2007:1).

Kecenderungan yang dianggap wajar sebahagian kelompok masyarakat untuk dilakukan remaja ini menjadi masalah ketika telah mencapai taraf berlebihan. Seperti kata pepatah “lebih besar pasak dari pada tiang”. Apalagi jika yang dituntut remaja berada diluar kemampuan orang tua sebagai sumber dana untuk membiayai semua kebutuhan dalam rangka menunjang penampilan diri.

Kalangan mahasiswa adalah satu diantara kelompok remaja yang dewasa ini memiliki gaya hidup konsumtif. Mengutip pendapat Kasali

(2007:1) digambarkan bahwa ternyata rata-rata mahasiswa yang diajarnya pada salah satu mata kuliah di UI, menghabiskan sekitar 45-50% uang saku hanya untuk komunikasi (pulsa telepon dan pirantinya). Kenyataan tadi sungguh ironis sekali mengingat status mahasiswa yang identik dengan anak kos dan memiliki sumber keuangan yang masih berasal dari kiriman orang tua setiap bulannya.

Fenomena perilaku konsumtif, muncul sebagai sikap hidup yang suka kemewahan, dan hanya mengutamakan kesenangan fisik semata (hedonisme). Sikap hidup mahasiswa seperti ini tidak hanya terjadi di kota-kota besar seperti Jakarta dan Bandung. Di kota Padang (dalam artikel Singgalang, 6 Maret. 2007:2), perilaku konsumsi yang berlebihan (konsumtif) tersebut juga bisa disaksikan, seperti tingginya minat dan aktivitas belanja pada kelompok remaja/mahasiswa untuk produk-produk fashion seperti baju, pakaian, sepatu dan aksesoris penunjang diri yang meski berubah setiap saat, namun tetap memiliki peminat pembeli yang tinggi.

Idealnya, perilaku konsumsi dan gaya hidup yang diharapkan tumbuh dan berkembang dikalangan generasi muda (mahasiswa) adalah perilaku konsumsi yang sehat dan rasional, jauh dari kesan boros (konsumtif), dimana lebih mengutamakan nilai guna dan nilai ekonomis yang ada pada benda yang akan dibeli, serta sesuai dengan *budget* yang dia miliki. Hal tersebut akan menciptakan pola hidup hemat di tengah-tengah kelompok mahasiswa.

Oleh karena itu, pengetahuan sangat berperan dalam menentukan perilaku konsumsi yang akan terbentuk pada kalangan mahasiswa, apakah

perilaku konsumsi yang rasional (sesuai dengan prinsip ekonomis) ataupun perilaku konsumsi yang irrasional (konsumtif). Pengetahuan yang dimaksud adalah pengetahuan tentang benda-benda baru, nilai sosial dari benda-benda yang akan dikonsumsi, selera yang dapat diterima akal, pengetahuan tentang prinsip-prinsip klasifikasi dan hirarki kebutuhan, serta kecocokan benda-benda yang dikonsumsi dengan status sosial mereka sebagai mahasiswa.

Selain pengetahuan, uang merupakan sarana atau alat yang dapat menentukan perilaku konsumsi yang akan terbentuk pada sekelompok individu, yang bisa menentukan kelompok-kelompok mana yang dapat mengkonsumsi barang-barang tertentu serta memakai benda-benda tersebut dalam konteks status yang dimiliki (Featherstone. 2005:198). Mahasiswa sebagai kelompok yang sering diidentikan dengan anak kos, dan memiliki sarana pemuas kebutuhan (uang) terbatas, tentunya dituntut dapat menggunakan pengetahuannya dalam mengelola keuangan yang terbatas tadi dalam melakukan kegiatan konsumsi yang sesuai dengan prinsip ekonomis (selama *marginal utility* yang diperoleh dari pembelian produk masih lebih besar atau sama dengan biaya yang dikorbankan, maka mereka akan membeli produk tersebut).

Perilaku konsumsi yang terbentuk dalam sekelompok individu juga dipengaruhi oleh nilai-nilai ekspresif (*value expressive influence*). Seperti halnya pada kalangan mahasiswa, nilai-nilai ekspresif juga akan mempengaruhi pola konsumsi mereka. Selama individu (mahasiswa) itu merasakan bahwa untuk dapat diterima dan mendapatkan penghargaan dimata

kelompoknya adalah dengan cara bertindak sesuai cara-cara yang dapat mengungkapkan nilai dan sikap dari kelompok tersebut, maka ia akan mengikutinya.

Menurut Mowen (2002:172), nilai-nilai ekspresif tadi tergantung dari kelompok acuan (*reference group*), yaitu mereka-mereka yang digunakan oleh para anggota individu sebagai titik acuan untuk mengevaluasi kebenaran tindakan, kepercayaan dan sikap, sehingga hal tersebut akan erat kaitannya dengan nilai tukar yang diharapkan oleh individu dari kelompok referensinya tersebut. Begitu pula pada kalangan mahasiswa yang secara psikologis masih diliputi gejolak emosi, dan ketidakseimbangan, sehingga akan melakukan tindakan apa saja yang sesuai dengan lingkungan kelompok, agar keberadaannya dapat diterima dan diakui tentunya.

Berkembangnya pusat perbelanjaan moderen (*mall*), kafe-kafe, *distribution outlet (distro)*, dan sentral perbelanjaan lain disekitar lingkungan tempat tinggal, yang mampu mendukung semua kebutuhan yang diinginkan semua orang, menyebabkan perilaku konsumsi yang terbentuk pada kalangan masyarakat dewasa ini lebih mengarah kepada berkembangnya perilaku konsumtif. Kalangan mahasiswa yang ada di UNP contohnya, lokasi kampus yang strategis di pusat kota juga berdekatan dengan salah satu plaza di kota Padang ini, memungkinkan bagi setiap mahasiswanya untuk dengan mudah mendapatkan berbagai kebutuhan untuk aktualisasi diri.

Berdasarkan hasil wawancara pada saat observasi awal penulis tanggal 22 September 2008 dengan 15 orang mahasiswa UNP, ternyata 9 sembilan

diantaranya menyatakan bahwa aktivitas yang sering mereka lakukan sehabis pulang kuliah dan jika lagi bosan menghadapi rutinitas di kampus, adalah berkunjung ke pusat-pusat perbelanjaan besar yang ada di kota ini. Lingkungan kos atau tempat tinggal yang strategis disekitar kawasan Prof. Dr. Hamka merupakan salah satu faktor yang memudahkan mereka setiap waktu yang diinginkan untuk pergi ke pusat-pusat perbelanjaan besar yang ada di kota Padang seperti plaza Minang, Matahari department store, sentral pasar raya, Hawai, dan plaza Andalas.

Aktivitas yang cenderung mereka lakukan di tempat tersebut adalah mulai dari sekedar cuci mata (melihat), terkadang juga berbelanja pakaian, kosmetik, dan sepatu, hingga mencoba berbagai jenis masakan restoran cepat saji di outlet-outlet plaza dan restoran tersebut. Berdasarkan hasil wawancara pada saat observasi, juga terungkap beberapa fakta seperti; kebiasaan belanja individu mahasiswa yang dilakukan tanpa perencanaan terlebih dahulu, penetapan pembelian terhadap jumlah barang kebutuhan yang sesuai dengan perencanaan anggaran (uang) sebulan pada saat pembelian sering diabaikan, khususnya ketika berbelanja pakaian, tas, sepatu dan aksesoris, padahal jumlah uang yang dikirim orang tua mereka sebulan dalam jumlah yang sudah ditentukan untuk kebutuhan akademik serta pemondokan

Pilihan pusat perbelanjaan seperti mall dan plaza yang identik dengan penawaran produk-produk dengan harga dan standar menengah ke atas, juga sering menjadi pilihan 5 diantara 15 orang mahasiswa yang diobservasi. Produk atau barang-barang merk tertentu (luar negeri) seperti logo, dust,

nevada dan lain-lainnya juga menjadi pilihan tersendiri dalam pola konsumsi mahasiswa tersebut. Fakta-fakta yang digambarkan di atas, menunjukkan gambaran kecil dari tindakan ekonomi beberapa mahasiswa tadi yang kurang diperhitungkan secara rasional, sehingga memberikan kesan bahwa mereka memiliki perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif di atas dapat tertanam dan menjadi kebiasaan hidup yang kurang baik tentunya bagi kalangan mahasiswa. Dan bila dalam perkembangannya tidak didukung oleh kekuatan finansial yang memadai, dikhawatirkan mereka akan menggunakan cara instan untuk mencapai semua yang diinginkan nantinya seperti dengan berbohong kepada orang tua untuk mendapatkan tambahan uang belanja atau hal-hal lain yang berdampak kurang baik bagi kehidupan mereka sendiri kedepannya, disamping adanya kekhawatiran memperlemah bahkan menghancurkan lingkungan dan industri nasional, akibat kecenderungan generasi muda yang lebih menyukai produk-produk merek luar negeri. Dampak yang paling mencemaskan dari perilaku konsumtif adalah terciptanya nilai-nilai kemanusiaan, pangkat, derajat, dan martabat seseorang, yang dinilai melalui norma materialistik semata.

Seberapa jauh perilaku konsumtif yang berkembang pada kalangan mahasiswa, faktor-faktor apa yang mempengaruhi perilaku konsumtif tersebut, menjadi suatu hal yang menarik bagi penulis untuk menelitinya lebih mendalam. Selain itu, penelitian ini perlu dilakukan untuk mengetahui bagaimana bentuk pola konsumsi masyarakat dewasa ini, khususnya di tengah-tengah kalangan generasi muda yang sedang belajar untuk membuat

pilihan-pilihan yang bijak dalam setiap kegiatan konsumsi terhadap barang-barang kebutuhan maupun jasa, baik itu berupa model baju, maupun peralatan kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, proposal penelitian ini penulis beri judul “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Universitas Negeri Padang”.

B. Identifikasi Masalah

Fenomena perilaku konsumtif muncul karena adanya kecenderungan materialistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhan. Artinya, masyarakat tidak lagi mengenali kebutuhan yang sejati, namun justru tergoda untuk memuaskan keinginannya yang semu agar disebut orang modern (Ali dalam Sumartono.2002:118).

Perilaku konsumtif ditandai dengan perilaku membeli yang berlebihan yang tidak mencerminkan usaha manusia untuk memanfaatkan uang secara ekonomis, sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Perilaku ini dimulai dengan adanya dorongan (*drive*) akibat sebuah kebutuhan ekspresif dan kebutuhan utilitarian yang dimiliki seseorang. Pemenuhan akan kebutuhan tersebut menurut Kotler (2000:232) dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti;

- 1) Usia, pada usia remaja kecenderungan seseorang untuk berperilaku konsumtif lebih besar daripada orang dewasa. Hal ini sesuai dengan pendapat Tambunan (2001:1) yang menyatakan bahwa kalangan muda/remaja biasanya mudah terbuju rayuan iklan, suka ikut-ikutan kelompok, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya.
- 2) Keadaan ekonomi

mempengaruhi pola konsumsi. Seseorang dengan pendapatan yang berbeda tentunya akan mempunyai kebutuhan yang berbeda pula, dan bagaimana sikapnya dalam membelanjakan pendapatannya tergantung pada motivasi pembelian yang dimilikinya. 3) Kepribadian. Kepribadian dapat menentukan pola hidup seseorang, demikian juga perilaku konsumtif pada seseorang dapat dilihat dari tipe kepribadian yang mencakup aspek konsep diri dan harga diri yang dimilikinya.

Selain faktor-faktor di atas, faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif adalah; hadirnya iklan yang dapat memotivasi seseorang untuk melakukan pembelian yang tidak rasional, gaya hidup yang meniru budaya barat dengan melakukan pembelian barang bermerk dan mewah dari luar negeri menurut pendapat Chaney juga salah satu faktor pendorong perilaku konsumtif, pengaruh kelompok acuan atau referensi akan mempengaruhi selera seorang individu dalam kehidupan sehari-harinya, serta faktor psikografis juga akan mempengaruhi rasional atau tidaknya tindakan pembelian seseorang.

Ada banyak faktor yang diduga mempengaruhi perilaku konsumtif. Akan tetapi untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa di Universitas Negeri Padang, nantinya akan lebih difokuskan pada empat faktor atau variabel yang akan dijelaskan pada batasan masalah di bawah ini.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan identifikasi masalah di atas, ada banyak faktor atau variabel yang dapat mempengaruhi terbentuknya

perilaku konsumtif pada kalangan mahasiswa. Namun dalam penelitian ini tidak semua faktor yang diduga memiliki pengaruh dengan perilaku konsumtif mahasiswa tersebut yang akan diteliti, melainkan dibatasi pada empat faktor atau variabel yang diperkirakan cukup berpengaruh kuat terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan mempertimbangkan tingkat urgensinya, yang ditemukan pada saat observasi yang telah dilakukan.

Oleh karena itu, penelitian ini akan dibatasi untuk melihat pengaruh dari variabel bebas yaitu; variabel jumlah uang yang dimiliki, pengetahuan, kelompok acuan dan motivasi pembelian (sebagai variabel perantara) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Universitas Negeri Padang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Sejauhmana pengaruh jumlah uang yang dimiliki, pengetahuan, dan kelompok acuan mahasiswa secara bersama-sama terhadap motivasi pembelian mahasiswa di Universitas Negeri Padang?
2. Sejauhmana pengaruh jumlah uang yang dimiliki, pengetahuan, kelompok acuan dan motivasi pembelian mahasiswa secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Universitas Negeri Padang?
3. Sejauhmana pengaruh total secara parsial dari jumlah uang yang dimiliki, pengetahuan mahasiswa, motivasi pembelian dan kelompok acuan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Universitas Negeri Padang?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus dan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran dan menganalisis tentang:

1. Pengaruh jumlah uang yang dimiliki, pengetahuan, dan kelompok acuan mahasiswa secara bersama-sama terhadap motivasi pembelian mahasiswa di Universitas Negeri Padang
2. Pengaruh jumlah uang yang dimiliki, pengetahuan, kelompok acuan dan motivasi pembelian mahasiswa secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Universitas Negeri Padang
3. Pengaruh total secara parsial jumlah uang yang dimiliki, pengetahuan, motivasi pembelian, dan kelompok acuan mahasiswa terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Universitas Negeri Padang.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari hasil penelitian ini adalah:

1. Manfaat akademik, yakni sebagai bahan pengembangan ilmu pengetahuan bagi disiplin ilmu sosial khususnya ilmu ekonomi dan sosiologi ekonomi terutama dalam menerapkan konsep-konsep budaya konsumen.
2. Manfaat praktis, adalah dapat teridentifikasinya realitas perilaku konsumtif kalangan mahasiswa, sehingga dapat memberikan masukan kepada para orang tua guna memperbaiki perilaku konsumtif mahasiswa tersebut sedini mungkin. Dan khususnya bagi mahasiswa, agar dapat lebih rasional di

masa yang akan datang dalam mengatur pola keuangan untuk memenuhi semua kebutuhannya.

3. Sebagai bahan rujukan bagi para peneliti lain yang tertarik dengan topik gaya hidup (life styles) masyarakat dewasa ini, dengan permasalahan dan kajian yang berbeda dan lebih mendalam dari yang telah ada.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian yang telah dilakukan berkenaan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa di Universitas Negeri Padang adalah sebagai berikut:

1. Variabel jumlah uang yang dimiliki, pengetahuan, dan kelompok acuan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap motivasi pembelian mahasiswa di Universitas Negeri Padang, besarnya pengaruh langsung secara bersama-sama dari variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar 38,8%. Artinya, jumlah uang yang dimiliki, pengetahuan dan kelompok acuan dapat mendorong motivasi pembelian yang akan dilakukan mahasiswa dalam kehidupan sehari-harinya.
2. Variabel jumlah uang yang dimiliki, pengetahuan, kelompok acuan dan motivasi pembelian secara simultan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Universitas Negeri Padang, besar pengaruh langsung secara bersama-sama dari variabel eksogen terhadap variabel endogen adalah 55,5%.
3. Variabel jumlah uang yang dimiliki, pengetahuan, kelompok acuan dan motivasi pembelian secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Universitas Negeri Padang, besarnya

pengaruh secara keseluruhan (Total) dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

- a. Variabel jumlah uang yang dimiliki secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Universitas Negeri Padang. Variabel jumlah uang yang dimiliki ini memberikan sumbangan total/keseluruhan sebesar 6,4% terhadap terbentuknya perilaku konsumtif mahasiswa di Universitas Negeri Padang.
- b. Variabel pengetahuan tentang produk secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Universitas Negeri Padang. Pengaruh dari variabel pengetahuan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa juga akan semakin tinggi apabila juga didukung oleh pengaruh motivasi pembelian yang juga semakin meningkat. Variabel pengetahuan ini memberikan sumbangan total/keseluruhan sebesar 1% terhadap terbentuknya perilaku konsumtif mahasiswa.
- c. Variabel kelompok acuan secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Universitas Negeri Padang. Pengaruh dari variabel kelompok acuan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa juga akan semakin tinggi apabila didukung dengan adanya motivasi pembelian yang juga besar dari diri mahasiswa. Variabel kelompok acuan ini memberikan

sumbangan total/keseluruhan sebesar 17% terhadap terbentuknya perilaku konsumtif mahasiswa di Universitas Negeri Padang.

- d. Variabel motivasi pembelian secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Universitas Negeri Padang. Variabel motivasi ini memberikan sumbangan langsung sebesar 12% terhadap munculnya perilaku konsumtif mahasiswa di Universitas Negeri Padang .

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat penulis berikan dalam penelitian ini antara lain:

1. Berdasarkan kesimpulan penelitian di atas, ditemukan bahwa faktor yang paling berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Universitas Negeri Padang adalah kelompok acuan dan jumlah uang yang dimiliki. Oleh sebab itu, dapat dijadikan masukan khususnya bagi mahasiswa yang memiliki uang saku yang besar sebaiknya merubah motivasi pembelian mereka agar tidak menjurus kepada pembelian yang impulsif, boros dan lebih mengutamakan kesenangan, dengan cara seperti; memanfaatkan pengetahuan tentang produk yang mereka ketahui untuk lebih selektif dalam memutuskan pembelian terhadap barang-barang kebutuhan mereka dengan lebih mengutamakan rasionalitas dan prinsip ekonomis dalam pembelian, kemudian dengan cara mengurangi intensitas mengikuti

tindakan pembelian kelompok acuan yang kurang bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari.

2. Perilaku konsumtif merupakan perilaku sosial yang tidak boleh lepas dari tanggung jawab sosial yang merupakan bagian dari budi pekerti, oleh sebab itu diharapkan juga kepada para produsen menyadari bahwa mereka juga memiliki tanggung jawab sosial sehingga selain berupaya memenuhi tuntutan bisnis hendaknya dalam menginformasikan produknya tidak dalam bentuk pesan iklan yang terlalu berlebih-lebihan. Hal ini dimaksudkan agar selektivitas mahasiswa dan kelompok remaja lainnya tetap terjaga dalam mencoba berbagai produk yang ditawarkan produsen, sehingga penilaian tentang manfaat dan kegunaan suatu produk yang dibeli tidak menjadi kabur akibat terpaan iklan yang bersifat manipulatif.
3. Keluarga memiliki peranan yang penting dalam pembentukan keyakinan dan proses sosialisasi konsumen sejak masa anak-anak, oleh sebab itu penanaman nilai-nilai kesederhanaan dan sikap hemat perlu ditanamkan sejak dini agar setelah dewasa perilaku hidup hemat menjadi terpola dalam kehidupan sehari-hari dan perkembangan perilaku konsumtif pun dapat dihindari sedini mungkin agar tidak menjadi sebuah gaya hidup.
4. Kepada peneliti selanjutnya, disarankan untuk memasukkan variabel lain seperti: *faktor harga, demografi, budaya, gaya hidup, konsep dan harga diri, pengaruh iklan dan lain sebagainya*, yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa di Universitas Negeri Padang.

DAFTAR RUJUKAN

- Adriani, Nunuk. 1996. *Organisasi Edisi 8, Jilid I*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ahmadi, Abu. 2002. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Amron, “Mahasiswa Itu Begini Loh”, dalam *Website* <http://www.penulismuda.com>, 23 November 2007
- Ali, Hasymi. 1992. *Organisasi Dan Manajemen I*, Edisi Keempat. Bumi Aksara.
- Effendi, Sofian dan Masri, Singarimbun. 2003. *Metodologi Penelitian Survey*. Jakarta: LP3S.
- Engel, J. F; Blackwell, R. D; Miniard, P. W. 1994. *Perilaku Konsumen* (penerjemah Budiyo). Jakarta : Binarupa Aksara.
- Sumardi, M.1982. Sumber Pendapatan, Kebutuhan Pokok dan Perilaku Menyimpang. Jakarta : Rajawali
- Featherstone, Mike. 2005. *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ferrinadewi, Erna dan Didit, Darmawan. 2004. *Perilaku Konsumen: Analisis Model Keputusan*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya.
- Kalangie, S. Nico. 1994. *Kebudayaan dan Kesehatan. Pengembangan Pelayanan Primer Melalui Pendekatan Sosiobudaya*. Jakarta: Kesaint Blanc Indah Corporation.
- Kasali, Renald, “Sikap Konsumtif yang Kembali Mencemaskan”, dalam *Website* <http://www.mail-archive.com/smu2jombang@yahoo.co.uk>, 27 Desember 2007
- Lahmanindra, Sonarja, “Kampanye Konsumerisme”, dalam *Website* <http://www.digilib-unikom.ac.id/print.php>, 27 Desember 2007.
- Lauer, Robert H. 2003. *Perspektif Tentang Perubahan Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta
- Lury, Celia. 1998. *Budaya Konsumen*. Jakarta: Yayasan OBOR.
- Mowen, John C. 2001. *Perilaku Konsumen (Jilid I)*. Jakarta: Erlangga.