

**PENGARUH PENDAPATAN DAN TEMAN SEBAYA TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF PEMAIN GAMES ONLINE**

**TESIS**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Magister  
Ekonomi (M.E) Jurusan Ekonomi Syariah Program Pascasarjana IAIN

Manado

**Oleh:**

**Ismail Setiabudi**

**Nim: 22241005**



**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI MANADO**

**PROGRAM PASCASARJANA**

**EKONOMI SYARIAH**

**2024**

## **PERNYATAAN KEASLIAN**

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa Tesis ini benar adalah hasil karya penyusun sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa Tesis ini merupakan duplikasi, tiruan, plagiasi, atau dibuatkan oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka Tesis dan gelar yang diperoleh karenanya, batal demi hukum.

Manado, 9 November 2024

Yang menyatakan,



Ismail Setiabudi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO  
PROGRAM PASCASARJANA**

Alamat: Jl. Dr. S.H. Sarundajang Kawasan Ringroad I Manado, Tlp. 0431-860616  
Website: pasca.iain-manado.ac.id – Email: pascasarjana@iain-manado.ac.id

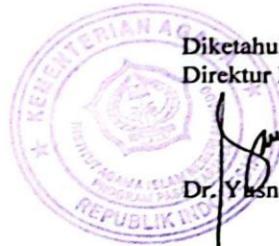
## PENGESAHAN PENGUJI

Tesis yang berjudul "Pengaruh Pendapatan Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pemain Games Online Di Kota Manado" yang ditulis oleh Ismail Setiabudi, NIM. 22241005, Mahasiswa PPs IAIN Manado Program Studi Ekonomi Syariah telah dinyatakan LULUS ujian tesis yang diselenggarakan pada hari Senin 14 November 2024 M, bertepatan dengan 12 Jumadil Awal 1446 H dan telah diperbaiki sesuai dengan saran-saran dari Tim Penguji pada ujian tersebut.

No	TIM PENGUJI	TANGGAL	TANDA TANGAN
1.	Dr. Yusno Abdullah Otta, M.Ag (Ketua Penguji / Pembimbing I)		
2.	Dr. Suprijati Sarib, M.Si (Sekretaris Penguji)		
3.	Prof. Dr. Nasruddin Yusuf, M.Ag (Penguji I)		
4.	Dr. Muhammad Imran, M.Th.I (Penguji II)		
5.	Dr. Evra Willy, M.Ag (Penguji III / Pembimbing II)		

Manado, \_\_\_\_\_ 2024  
1446 H

Diketahui oleh,  
Direktur PPs IAIN Manado



Dr. Yusno Abdullah Otta, M.Ag

## KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, taufiq, nikmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tesis ini sebagai salah satu syarat mencapai gelar Magister Ekonomi di IAIN Manado. Sholawat dan salam selalu penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing kita dari jalan kebodohan menuju jalan yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tesis ini dengan judul “Pengaruh Pendapatan Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pemain Game Online Di Kota Manado” tidak terlepas dari bimbingan, kerja keras, doa, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan kerendahan hati penulis mengucapkan Terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr.Ahmad Rajafi, M.HI., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado beserta Wakil Rektor I Bapak Dr.Edi Gunawan, MH, Wakil Rektor II Ibu Dr.Mastang A Baba, M,Pd, Wakil Rektor III Ibu Dr.Hj.Salma Mursyid, MHI.
2. Bapak Dr.Yusno Abdullah Otta, M.Ag selaku Direktur Pascasarjana IAIN Manado sekaligus sebagai Dosen Pembimbing dalam penyusunan tesis.
3. Ibu Dr.Suprijati Sarib,M.Si, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.
4. Ibu Dr. Evra Willya, M.Ag, selaku dosen pembimbing tesis yang telah meluangkan waktu dan pikirannya dengan penuh ketulusan hati dan kesabaran dalam membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan penulisan ini.

5. Ayah Djoko Budiono Soeratman dan Ibu Popy Noor yang ku cintai, sayangi dan kagumi. Yang selalu senantiasa memberikan do'a yang tulus dan ikhlas, kasih sayang dan selalu menjadi alasan penulis dalam mengejar cita-cita.
6. Sahabat dan kerabat dekat yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.
7. Teman-teman seperjuangan kelas Ekonomi Syariah Angkatan 2022.
8. Semua pihak yang pernah membantu dan berpartisipasi dalam penyusunan Tesis ini baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT, senantiasa melimpahkan rahmat,taufik dan hidayah-nya kepada kita semua. Aamiin Ya Rabbal Alamiin. Semoga karya ilmiah ini dapat bermnafaat bagi kita semua. *Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Manado, 9 November 2024

Ismail Setiabudi

## ABSTRAK

Nama : Ismail Setiabudi  
NIM : 22241005  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul Tesis : Pengaruh Pendapatan dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku  
Komsumtif Pemain Game Online di Kota Manado

---

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendapatan dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pemain game online di Kecamatan Singkil, Kota Manado. Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dengan metode survei melalui kuesioner yang disebarkan kepada responden, yaitu pemain yang aktif bermain game online. Variabel yang diteliti meliputi pendapatan dan pengaruh teman sebaya sebagai variabel bebas, serta perilaku konsumtif sebagai variabel terikat. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan dan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan dan pengaruh teman sebaya memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif remaja dalam bermain game online. Temuan ini memberikan implikasi penting terhadap pendidikan dan pembinaan remaja terkait pengelolaan keuangan dalam konteks digital. Kesimpulan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi orang tua, pendidik, serta pemerintah untuk merancang strategi edukasi finansial yang relevan bagi remaja.

**Kata Kunci:** *Perilaku Konsumtif, Game Online, Keputusan Pembelian*

## مستخلص البحث

الإسم : إسماعيل سيتيا بودي  
رقم التسجيل : 22241005  
القسم : الإقتصاد الإسلامي  
العنوان : تأثير الدخل والأصدقاء على السلوك الاستهلاكي للاعبين الألعاب الإلكترونية في مدينة مانادو

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير الدخل والأصدقاء على السلوك الاستهلاكي للاعبين الألعاب الإلكترونية في منطقة سنغكيل، مدينة مانادو. تم استخدام المنهج الكمي في هذه الدراسة باستخدام طريقة الاستطلاع من خلال استبيان تم توزيعه على المستجيبين، وهم اللاعبون الذين يمارسون الألعاب الإلكترونية بشكل نشط. تشمل المتغيرات التي تم دراستها الدخل وتأثير الأصدقاء كمتغيرات مستقلة، بينما كان السلوك الاستهلاكي هو المتغير التابع. تم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها باستخدام التحليل الانحداري المتعدد لمعرفة العلاقة والتأثيرات بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع. أظهرت نتائج الدراسة أن الدخل وتأثير الأصدقاء لهما تأثير كبير على السلوك الاستهلاكي للمراهقين في لعب الألعاب الإلكترونية. توفر هذه النتائج تأثيرات هامة على التعليم وتوجيه الشباب فيما يتعلق بإدارة المال في السياق الرقمي. يُتوقع أن تكون نتائج هذه الدراسة مرجعًا للأباء والمعلمين والحكومة لتصميم استراتيجيات التوعية المالية التي تتناسب مع احتياجات الشباب.

الكلمات المفتاحية: السلوك الاستهلاكي، الألعاب الإلكترونية، قرار الشراء

## ABSTRACT

**Name of the Author** : Ismail Setiabudi  
**Student Id Number** : 22241005  
**Faculty** : Postgraduate  
**Study Program** : Sharia Economic Law  
**Thesis Title** : The Influence of Income and Peer Groups on the  
Consumptive Behaviour of Online Game Players in Manado

---

This study aims to analyze the influence of income and peer groups on the consumptive behavior of online game players in Singkil District, Manado City. A quantitative approach was employed in this research using a survey method through questionnaires distributed to respondents, namely active online game players. The variables studied include income and peer influence as independent variables and consumptive behavior as the dependent variable. The data collected were analyzed using multiple linear regression to determine the relationship and influence of the independent variables on the dependent variable.

The results indicate that income and peer influence significantly affect teenagers' consumptive behavior in online gaming. These findings carry important implications for youth education and guidance on financial management in the digital context. The conclusions drawn from this study are expected to serve as a reference for parents, educators, and policymakers in designing relevant financial education strategies for teenagers.

**Key Note:** *Consumptive Behaviour, Online Games, Purchasing Decisions.*

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN .....	i
KETERANGAN PERBAIKAN NASKAH TESIS .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan Masalah.....	9
C. Rumusan Masalah .....	9
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Manfaat Penelitian .....	10
F. Definisi Operasional .....	10
BAB II.....	40
LANDASAN TEORI.....	40
A. Perilaku Konsumtif.....	40
B. Penelitian Terdahulu.....	48
C. Hipotesis Penelitian .....	62
BAB III .....	63
METODE PENELITIAN.....	63
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	63
B. Jenis Penelitian .....	63
C. Populasi dan Sampel .....	64
D. Teknik Pengumpulan Data .....	66
E. Skala Pengukuran .....	66
F. Teknik Analisis Data .....	67
G. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	68

H.	Uji Asumsi Klasik .....	69
I.	Regresi Linier Berganda .....	70
J.	Uji-T.....	70
K.	Uji-F .....	71

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi dan informasi pada era ini, transformasi tersebut turut melibatkan sektor-sektor krusial dalam kehidupan sehari-hari. Contohnya, sektor kesehatan telah mengalami kemajuan signifikan dalam penerapan teknologi untuk diagnosis dan pengobatan penyakit. Begitu juga dengan sektor transportasi, di mana teknologi memainkan peran penting dalam pengembangan kendaraan yang lebih efisien dan ramah lingkungan.

Keberadaan internet sebagai pendorong utama perkembangan ini tidak hanya memengaruhi aspek bisnis, keuangan, atau pendidikan, tetapi juga merambah ke dalam dunia hiburan. Melalui internet, masyarakat dapat dengan mudah mengakses berbagai bentuk hiburan, termasuk menonton film, mendengarkan musik, atau bahkan mengikuti pertunjukan secara virtual. Fenomena ini mencerminkan perubahan pola konsumsi hiburan di era sekarang yang lebih terhubung secara digital.

Selain itu, industri game juga turut merasakan dampak positif dari keberadaan internet. Bermain game tidak lagi terbatas pada pengalaman offline, melainkan telah menjadi aktivitas yang dapat dilakukan secara daring. Masyarakat dapat berpartisipasi dalam permainan daring bersama teman-teman mereka di berbagai belahan dunia, membuktikan bahwa hiburan digital telah menjadi bagian integral dari gaya hidup masa kini.

Game online adalah jenis permainan yang dapat diakses dengan mudah dan fleksibel melalui perangkat komputer, laptop maupun smartphone, dengan melibatkan partisipasi lebih dari satu pemain. Dalam game online, para pemain memiliki kemampuan untuk berinteraksi secara bersama-sama, memanfaatkan koneksi internet sebagai sarana akses utama.<sup>1</sup> Menurut Bodenheimer, game

---

<sup>1</sup> Satria Sagara and Achmad Mujab Masykur, "Gambaran Online Gamer," *Jurnal EMPATI* 7, no. 2 (2018): 418–24, <https://doi.org/10.14710/empati.2018.21716>.

online merujuk pada program permainan yang saling terhubung melalui jaringan internet, memungkinkan penggunaanya untuk bermain secara berkelompok (*multiplayer*) dengan partisipasi dari seluruh dunia. Game online mencakup baik game komputer maupun game ponsel, dan dapat dimainkan secara tim (*multiplayer*) melalui koneksi internet. Akses ke game online ini disediakan oleh pengembang melalui situs web tertentu atau melalui sistem yang dikembangkan oleh perusahaan yang membuat atau mengembangkan game tersebut.<sup>2</sup>

Sederhananya, game online dapat dijelaskan sebagai suatu langganan yang mengharuskan pemainnya membayar sejumlah uang setiap bulan atau tahun agar dapat mengakses dan bermain di dalamnya, yang umumnya disebut sebagai model *pay-to-play*. Namun, dalam perkembangannya saat ini, sebagian besar game cenderung menggunakan model *free-to-play*. Artinya, pemain dapat mengunduh dan memainkan game tersebut tanpa biaya, namun disediakan pilihan untuk membeli barang virtual dengan menggunakan uang sungguhan. Pembelian ini bertujuan untuk meningkatkan pengalaman bermain, seperti memperindah karakter dan visual, atau untuk mempercepat kemajuan dalam permainan.<sup>3</sup>

Awalnya, game online banyak bermula dari jenis game simulasi perang atau pesawat yang dirancang untuk keperluan militer. Setelah dilepaskan dan dikomersialkan, jenis game ini menjadi pionir yang memberikan inspirasi bagi kemunculan dan perkembangan game-game lainnya.<sup>4</sup> Kehadiran game online memberikan berbagai keuntungan signifikan, seperti hiburan, penyaluran hobi,

---

<sup>2</sup> Ahmad Khairul Nuzuli, "Faktor Yang Memengaruhi Efektivitas Komunikasi Antar Pemain Game Online PUBG," *Jurnal Komunikasi Global* 9, no. 1 (2020): 20–41, <https://doi.org/10.24815/jkg.v9i1.15775>.

<sup>3</sup> Akbar Nugroho Wijaya and Dini Turipanam Alamanda, "Kajian Teori Nilai Konsumsi Terhadap Pembelian Barang Virtual Pada Game Online Moba the Study of Theory of Consumer Value Towards the Purchase of Virtual Goods in Online Games Moba" 3, no. 1 (2021): 165–75.

<sup>4</sup> Mimi Ulfa, "Pengaruh Kecanduan Game Online Terhadap Perilaku Remaja Di Mabes Game Center Jalan HR. Subrantas Kecamatan Tampan Pekanbaru," *Jom. Fisip* 4, no. 1 (2017): 1–13.

penghilang kepenatan, dan peluang untuk berkenalan dengan teman-teman baru. Indonesia menempati peringkat ketiga di dunia dengan jumlah pemain mencapai 94,5%, menunjukkan popularitas yang tinggi di kalangan masyarakat.<sup>5</sup>

Banyak remaja saat ini aktif bermain game online gratis seperti Mobile Legends: Bang-Bang, PUBG dan Free Fire. Dalam game-game ini, tersedia opsi item yang dapat diperoleh secara gratis atau dengan melakukan pembelian. Remaja seringkali tertarik untuk melakukan pembelian item guna membuka karakter dan item yang sebelumnya terkunci. Kebiasaan membeli item online telah menjadi suatu norma yang hampir wajib bagi para pemain.

Pembelian item tidak hanya dilakukan oleh kalangan pemain dari berbagai usia, tetapi remaja menjadi kelompok yang paling dominan dalam aktivitas ini. Mereka memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian item seperti skin, senjata, dan perlengkapan lainnya dengan harga yang bisa mencapai ratusan ribu. Faktor nilai barang tersebut turut memainkan peran penting dalam peningkatan pembelian item.

Perilaku pembelian item ini dapat memberikan dampak pada interaksi sosial dalam permainan. Remaja, misalnya, dapat melontarkan kata-kata kasar kepada rekan satu tim yang tidak memiliki skin tertentu, hal ini bisa berkontribusi pada kekalahan tim. Dinamika semacam ini seringkali mendorong teman-teman untuk tergoda dan akhirnya ikut serta dalam perilaku konsumtif. Dampaknya, selain berpotensi menimbulkan kebiasaan boros, juga dapat membawa risiko kecanduan terhadap aktivitas konsumtif yang berkaitan dengan game online.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Asita Salsabilla Maharani, Wira Fimansyah, and Daud Daud, "Pengaruh Game Online Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Di Desa Tebel Kabupaten Sidoarjo," *Buddayah : Jurnal Pendidikan Antropologi* 4, no. 1 (2022): 29, <https://doi.org/10.24114/bdh.v4i1.35639>.

<sup>6</sup> Maharani, Fimansyah, and Daud.

Perilaku konsumtif adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh individu sebagai konsumen, di mana mereka membeli, menggunakan, atau mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan dan tidak rasional. Perilaku ini cenderung menimbulkan pemborosan, karena individu lebih fokus pada keinginan dan kesenangan pribadi daripada mempertimbangkan aspek kebutuhan atau manfaat yang dapat diperoleh dari barang atau jasa tersebut. Terkadang, perilaku konsumtif ini dapat muncul semata-mata untuk mendapatkan pengakuan sosial atau memenuhi kepuasan pribadi tanpa memperhatikan nilai sebenarnya dari barang atau jasa yang dikonsumsi.<sup>7</sup>

Imam Ghazali berpendapat bahwa suatu aktivitas atau kegiatan dianggap mengandung unsur masalah (kepentingan umum) jika kegiatan tersebut sejalan dengan tujuan syariah (*shara'*), meskipun mungkin bertentangan dengan tujuan manusia itu sendiri. Menurut Imam Ghazali, terdapat lima aspek tujuan syariah yang harus dijaga, yaitu menjaga agama, menjaga jiwa, menjaga akal, menjaga keturunan, dan menjaga harta.<sup>8</sup>

Dalam pandangan Imam Ghazali, apabila seseorang melakukan suatu kegiatan, aktivitas, atau perbuatan dengan tujuan menjaga kelima aspek tersebut, maka kegiatan atau perbuatan tersebut dapat disebut sebagai masalah. Dengan kata lain, suatu tindakan dianggap memiliki nilai masalah jika tujuannya sejalan dengan prinsip-prinsip syariah yang mencakup aspek-aspek penting dalam kehidupan manusia. Dalam perspektif ini, konsep masalah membantu menentukan kebernilaiannya berdasarkan keseimbangan antara kepentingan individual dan tujuan syariah yang lebih luas.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Muafi dan Lathoif bahwa kegiatan konsumsi remaja dalam game online menunjukkan adanya perilaku

---

<sup>7</sup> Delyana Rahmawaty Pulungan and Hastina Febriaty, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *Jurnal Riset Sains Manajemen* 2, no. 3 (2018): 1–8, <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>.

<sup>8</sup> Nur Asiah, "Masalah Menurut Konsep Imam Al Ghazali," *Diktum: Jurnal Syariah Dan Hukum* 18, no. 1 (2020): 118–28.

konsumtif. Hal ini dapat diamati dari pemenuhan tiga aspek perilaku konsumtif, yaitu pembelian secara impulsif (*impulsive buying*), pemborosan (*wasteful buying*), dan orientasi pada kesenangan tanpa pertimbangan rasional yang matang (*non-rational buying*).<sup>9</sup>

Dalam konteks pembelian barang virtual, remaja cenderung melakukan pembelian secara impulsif, di mana keputusan pembelian dilakukan secara mendadak dan tanpa pertimbangan matang. Hal ini sering terjadi ketika pengembang game menyelenggarakan event-event menarik yang membuat barang virtual menjadi lebih terjangkau, mendorong remaja untuk membeli tanpa mempertimbangkan secara cermat.

Selanjutnya, dalam kaitannya dengan aspek konsumtif, terlihat bahwa pemborosan (*wasteful buying*) terjadi ketika para remaja rela mengeluarkan jumlah uang yang signifikan setiap bulannya hanya untuk membeli barang virtual yang lebih bersifat keinginan daripada kebutuhan. Para remaja bahkan mungkin menggunakan uang saku mereka yang seharusnya dapat dihemat atau digunakan untuk keperluan yang lebih penting seperti buku atau tas.

Dalam aspek mencari kesenangan (*non-rational buying*), remaja cenderung melakukan pembelian barang virtual dalam game online karena ketertarikan pribadi. Sebagai contoh, ketika mereka membeli skin karakter dengan rating tinggi, penggunaan skin tersebut memberikan rasa kesenangan dan meningkatkan rasa percaya diri saat bermain, baik secara individu maupun dalam tim. Hal ini mencerminkan bahwa pembelian barang virtual tidak hanya dipandang sebagai kebutuhan, tetapi juga sebagai cara untuk meningkatkan pengalaman dan kepuasan pribadi dalam bermain game online.

Berdasarkan observasi awal di Kota Manado, perilaku konsumtif yang diperlihatkan oleh remaja dalam pembelian barang virtual dalam game online

---

<sup>9</sup> M A Rachman and M L Ghazali, "Studi Fenomenologi: Perilaku Konsumtif Game Online Pada Remaja Di Kelurahan Siwalankerto Kota Surabaya Perspektif Masalah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 2 (2023): 1698–1704, <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/7912>.

muncul sebagai dampak dari penggunaan intensif game online, rata-rata remaja menghabiskan waktu 7-8 jam per hari dalam bermain game online sehingga merangsang perilaku konsumsi yang cenderung boros. Terlihat adanya peningkatan signifikan dalam jumlah pengeluaran belanja, terutama dengan kesediaan mereka untuk mengeluarkan sejumlah uang, yakni sekitar 100 ribu hingga 200 ribu rupiah, bahkan lebih, setiap bulannya. Selain itu, mereka juga menggunakan sisa uang saku mereka untuk pembelian barang virtual, tanpa mempertimbangkan bahwa uang tersebut sebenarnya bisa ditabung untuk keperluan yang lebih penting dan memberikan manfaat yang lebih baik bagi diri mereka. Beberapa bahkan sampai mengorbankan kebutuhan mendasar seperti makanan atau jajan demi memenuhi hasrat pembelian barang virtual dalam game online. Adapun remaja yang sampai mencuri uang orang tuanya untuk membeli barang virtual di game online sehingga merugikan orang tua.

Ada yang berpendapat bahwa ketika mereka memiliki pendapatan besar, mereka cenderung membeli barang mahal dalam game online dan mengabaikan kebutuhan utama. Sebaliknya, ada pula yang menyatakan bahwa meskipun memiliki pendapatan besar, mereka tetap tidak akan membeli barang mahal dalam game online dan lebih mengutamakan kebutuhan. Dalam beberapa situasi, melihat teman memiliki barang dalam game online bisa memicu keinginan untuk memiliki hal yang sama, sehingga mereka melakukan pembelian meski harus mengesampingkan kebutuhan mereka.

Berdasarkan penelitian dari Puspita dan Amri yang mengatakan bahwa terdapat kaitan erat antara penghasilan orang tua dan pola konsumsi remaja. Remaja yang berasal dari keluarga dengan penghasilan tinggi memiliki peluang yang lebih besar untuk menunjukkan perilaku konsumtif. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat penghasilan keluarga dapat memengaruhi cara remaja bersikap terhadap konsumsi. Remaja dari keluarga dengan penghasilan tinggi cenderung memiliki akses dan kemampuan finansial yang lebih besar. Dalam hal ini, mereka lebih mungkin dapat mewujudkan pencapaian status

sosial yang diinginkan melalui kegiatan konsumtif. Perilaku konsumtif remaja dapat tercermin dalam keputusan pembelian yang lebih berorientasi pada gaya hidup atau merek tertentu, yang mungkin dapat meningkatkan citra diri atau status sosial di lingkungan sekitarnya.<sup>10</sup>

Namun, hal ini berbanding terbalik dengan teori dari Duessenbarry yang mengatakan bahwa tingkat konsumsi seseorang tidak sepenuhnya ditentukan oleh jumlah penghasilan yang dimilikinya. Menurutnya, tidak ada keterkaitan langsung antara besarnya pendapatan dalam rumah tangga dengan tingkat konsumsi yang meningkat. Artinya, semakin besar pendapatan, tidak selalu berarti konsumsi juga akan meningkat secara proporsional. Begitu juga sebaliknya, penurunan pendapatan tidak selalu berarti akan diikuti oleh penurunan tingkat konsumsi.<sup>11</sup>

Perilaku konsumsi yang diperlihatkan oleh remaja yang gemar bermain game online, dalam perspektif Islam, dapat disebut sebagai perilaku *Israf* (pemborosan) atau *tabdhir* (menghambur-hamburkan harta tanpa manfaat yang jelas). Jelas bahwa tindakan semacam itu tidak sesuai dengan ajaran agama Islam karena tidak membawa nilai kemaslahatan baik bagi individu yang melakukannya maupun bagi masyarakat sekitarnya.

Sebagaimana yang disebutkan dalam surah Al-Isra Ayat 7:

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۙ (الاسراء/17: 27)

Artinya:

“*Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.*” (Al-Isra'/17:27)

Pemborosan yang terjadi dalam perilaku konsumsi remaja tidak hanya melibatkan pembelian barang virtual, tetapi juga terkait dengan dasar pemilihan

---

<sup>10</sup> Puspita Nilawati Sipunga and Amri Hana Muhammad, “Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja Ditinjau Dari Pendapatan Orang Tua Pada Siswa-Siswi SMA Kesatrian 2 Semarang” 3, no. 1d (2014): 62–68.

<sup>11</sup> Masita Joharelita, “Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Sma Negeri 1 Jawai” 6, no. 8 (2017): 1–9.

barang tersebut. Para remaja cenderung membeli barang virtual dari pengembang game online bukan untuk memenuhi kebutuhan pribadi, melainkan karena dorongan keinginan pribadi mereka. Dalam hal ini, pembelian barang virtual tidak didasarkan pada kebutuhan yang nyata, melainkan karena ketertarikan dan kecenderungan suka terhadap barang tersebut.

Perilaku pemborosan dalam membeli barang berdasarkan keinginan pribadi sangat tidak sejalan dengan konsep masalah. Konsep masalah mengajarkan bahwa ketika seseorang melakukan kegiatan konsumsi, sebaiknya tidak dilakukan secara berlebihan agar tidak terjadi pemborosan. Barang yang dibeli seharusnya merupakan barang yang benar-benar dibutuhkan dan dapat memberikan manfaat bagi pemiliknya, bukan hanya untuk memuaskan keinginan semata. Dengan demikian, konsep masalah menekankan pada pemilihan dan penggunaan sumber daya dengan bijak agar memberikan manfaat yang optimal.

Penelitian ini memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang secara signifikan berkontribusi terhadap perilaku konsumtif remaja, yaitu pendapatan dan pengaruh teman sebaya. Pemahaman mendalam terhadap variabel-variabel ini dapat membantu mengidentifikasi pola-pola konsumtif dan faktor-faktor utama yang memengaruhi remaja. Kemudian hasil penelitian ini dapat memiliki implikasi langsung terhadap upaya pendidikan dan pembinaan remaja. Pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif dapat membantu merancang program-program pendidikan yang lebih efektif untuk membentuk kebiasaan konsumtif yang positif di kalangan remaja.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH PENDAPATAN DAN TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PEMAIN GAMES ONLINE”**

## B. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya akan fokus pada pemain games online yang terlibat aktif dalam pembelian item, fitur, atau layanan dalam game. Populasi yang dipilih akan dibatasi pada pemain yang bermain secara rutin dan berinteraksi dengan teman sebaya dalam komunitas game online.
2. Penelitian ini hanya akan menganalisis pengaruh dua variabel utama, yaitu pendapatan dan pengaruh teman sebaya, terhadap perilaku konsumtif pemain games online.
3. Penelitian ini akan membatasi pada pemain yang terlibat dalam game online yang memiliki fitur pembelian dalam aplikasi (*in-game purchase*), seperti pembelian item, karakter, atau upgrade permainan. Game yang tidak melibatkan transaksi finansial tidak akan menjadi fokus penelitian.
4. Penelitian ini membatasi pengaruh teman sebaya hanya pada interaksi sosial yang terjadi secara langsung atau virtual dalam konteks game online. Pengaruh teman sebaya di luar konteks game tidak akan menjadi bagian dari analisis.

Batasan-batasan ini ditetapkan untuk memperjelas fokus penelitian, mengarahkan pengumpulan data, serta mempersempit cakupan studi agar hasil yang diperoleh lebih terarah dan relevan sesuai dengan tujuan penelitian.

## C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar games online di kecamatan singkil kota Manado?
2. Apakah teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar games online di kecamatan singkil kota Manado?

3. Apakah pendapatan dan teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar games online di kecamatan singkil kota Manado?

#### D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini berdasarkan uraian diatas adalah:

1. Untuk menganalisa pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar games online
2. Untuk menganalisa pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar games online
3. Untuk menganalisa pengaruh pendapatan dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar games online

#### E. Manfaat Penelitian

##### 1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian dapat menjadi dasar untuk merancang kebijakan atau intervensi yang lebih baik dalam mengelola perilaku konsumtif remaja penggemar games online. Rekomendasi ini dapat diberikan kepada pemerintah, sekolah, dan lembaga terkait untuk meningkatkan pemahaman dan mengembangkan langkah-langkah yang lebih efektif.

##### 2. Manfaat Teoretis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada literatur akademis dalam bidang ekonomi, psikologi, sosiologi, dan ilmu lainnya. Temuan penelitian dapat dijadikan referensi bagi peneliti masa depan yang tertarik pada topik serupa.

#### F. Definisi Operasional

##### 1. Pendapatan

##### a. Definisi Pendapatan

Menurut Yuliana Sudremi, pendapatan adalah sejumlah uang yang diterima oleh seseorang dari perusahaan dalam bentuk gaji, upah,

sewa, bunga, dan laba. Ini juga mencakup berbagai jenis tunjangan, seperti tunjangan kesehatan.<sup>12</sup>

Gilarso menjelaskan bahwa pendapatan adalah imbalan atau penghargaan yang diperoleh sebagai hasil dari kontribusi yang diberikan dalam kegiatan produksi.<sup>13</sup> Pendapatan, dalam konteks teoritis ilmu ekonomi, merujuk pada imbalan yang diterima, baik dalam bentuk uang maupun bentuk lainnya, sebagai konsekuensi dari penggunaan kekayaan atau jasa manusia. Lebih lanjut dijelaskan bahwa pendapatan berasal dari penjualan faktor-faktor produksi yang dimiliki individu kepada sektor produksi. Selain itu, pendapatan dapat berupa uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi yang diserahkan, seperti pendapatan dari profesi individu atau usaha perorangan, serta pendapatan dari kekayaan. Besarnya pendapatan seseorang akan tergantung pada jenis pekerjaan yang dijalankan.<sup>14</sup>

Pendapatan mencakup uang yang diterima sebagai imbalan jasa dari kegiatan mereka, baik dalam sektor formal maupun informal, selama satu bulan. Besarnya pendapatan yang diterima oleh setiap individu akan bervariasi, dipengaruhi oleh kegiatan sehari-hari dan kondisi pribadi masing-masing penduduk. Menurut Sadono Sukirno, pendapatan rumah tangga akan dialokasikan untuk keperluan seperti pembelian makanan, pakaian, biaya transportasi, pendidikan anak, dan

---

<sup>12</sup> A Khaerunnisa, "Pengaruh Pendapatan Orang Tua Dan Pergaulan Terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi Milenial Di Kota Makassar Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderating," 2021, <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/id/eprint/20167>.

<sup>13</sup> Yuliana, "Pengaruh Pendapatan Orang Tua Dan Motivasi Belajar Terhadap Prestasi Belajar Siswa Pada Pembelajaran Akuntansi Kelas Xii Iis Di Sma Negeri 5 Wajo," *Eprints Universitas Negeri Makassar*, 2019, <http://eprints.unm.ac.id/15151/>.

<sup>14</sup> Khaerunnisa, "Pengaruh Pendapatan Orang Tua Dan Pergaulan Terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi Milenial Di Kota Makassar Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderating."

kebutuhan lainnya.<sup>15</sup> Wahyu Adji mendefinisikan pendapatan atau *income* sebagai uang yang diterima oleh individu dan perusahaan dalam berbagai bentuk, seperti gaji, upah, sewa, bunga, dan laba. Definisi ini juga mencakup tunjangan-tunjangan seperti kesehatan dan pensiun.<sup>16</sup>

Berdasarkan definisi dari para ahli dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah imbalan atau penghargaan yang diterima individu atau rumah tangga sebagai hasil dari kontribusi dalam kegiatan produksi. Pendapatan ini mencakup uang yang diterima dari berbagai sumber, seperti gaji, upah, sewa, bunga, laba, dan tunjangan. Besarnya pendapatan dipengaruhi oleh aktivitas sehari-hari dan kondisi pribadi, serta dapat dialokasikan untuk memenuhi kebutuhan seperti makanan, pakaian, transportasi, pendidikan, dan tunjangan kesehatan.

#### b. Sumber Pendapatan

Sumber pendapatan dalam konteks ini tidak hanya berasal dari hasil pekerjaan atau modal pribadi mereka, tetapi juga dapat bersumber dari saudara atau anggota keluarga lain yang turut bertanggung jawab terhadap kebutuhan keluarga. Sistem Neraca Sosial Indonesia menjelaskan bahwa pola pendapatan rumah tangga melibatkan upah dan gaji, keuntungan usaha rumah tangga yang tidak berbadan hukum, dan penerimaan transfer. Menurut Biro Pusat Statistik, pendapatan dapat dibagi menjadi dua kategori utama:<sup>17</sup>

##### 1) Pendapatan berupa uang:

- a) Gaji dan upah, termasuk dari kerja pokok, sampingan, lembur, dan kadang-kadang.

---

<sup>15</sup> Ratna Sari, "Hubungan Pendapatan Orang Tua Siswa Dengan Hasil Belajar IPS Di SDN Gugus 4 Sukowati Kabupaten Sragen" (Universitas Negeri Semarang, 2016).

<sup>16</sup> Irfan Fauzi, "Pengaruh Pendapatan Orang Tua Dan Lingkungan Sosial Terhadap Literasi Keuangan Dan Implikasinya Terhadap Perilaku Konsumtif" (2021).

<sup>17</sup> Biro Pusat Statistik, *Statistik Sosial Dan Kependudukan Jawa Tengah* (Jakarta: PS, 2015).

- b) Usaha sendiri, meliputi hasil bersih dari usaha, komisi, penjualan kerajinan rumah, hasil investasi (termasuk hak milik tanah), dan keuntungan sosial dari kerja sosial.
- 2) Pendapatan berupa barang:
- a) Bagian pembayaran upah dan gaji yang diterima dalam bentuk beras, pengobatan, transportasi, perumahan, dan rekreasi.
  - b) Barang yang diproduksi dan dikonsumsi di rumah, seperti pemakaian barang yang diproduksi di rumah dan sewa yang seharusnya dikeluarkan terhadap rumah sendiri yang ditempati.
- c. Jenis-Jenis Pendapatan
- 1) Pendapatan Pribadi

Pendapatan pribadi mencakup semua jenis pendapatan yang diterima oleh individu dalam suatu negara, baik yang diperoleh melalui kegiatan ekonomi maupun tanpa melakukan aktivitas apapun. Pendapatan ini bisa berupa upah dari pekerjaan, keuntungan dari investasi, atau bahkan pendapatan yang diterima tanpa ada kontribusi atau pekerjaan yang dilakukan. Termasuk di dalamnya adalah apa yang disebut sebagai pembayaran transfer, yaitu bentuk bantuan atau subsidi yang diberikan oleh pemerintah kepada masyarakat. Penerima bantuan ini tidak diwajibkan untuk memberikan timbal balik dalam bentuk kerja atau jasa.<sup>18</sup>

Dengan demikian, pendapatan pribadi tidak hanya mencakup hasil usaha individu, tetapi juga melibatkan pemberian langsung dari pihak lain, khususnya pemerintah, yang didistribusikan untuk membantu kelompok tertentu dalam masyarakat tanpa memerlukan imbalan atau kontribusi dari penerima bantuan tersebut.

---

<sup>18</sup> Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Makro Ekonomi* (Jakarta: Grafindo Persada, 2002).

## 2) Pendapatan Keluarga

Pendapatan keluarga biasanya berasal dari upah atau gaji yang diperoleh setelah melakukan suatu pekerjaan. Dengan kata lain, pendapatan keluarga bisa berupa imbalan berupa upah atau hasil dari penjualan produk atau bahan tertentu. Pendapatan keluarga mencakup total pendapatan nyata yang diterima oleh semua anggota rumah tangga, yang kemudian digunakan untuk memenuhi kebutuhan bersama maupun kebutuhan individu dalam keluarga tersebut.<sup>19</sup>

Pendapatan rumah tangga adalah bentuk imbalan atas jasa atau kontribusi yang diberikan dalam proses produksi. Selain dalam bentuk uang, pendapatan juga bisa diterima dalam bentuk barang. Jika fokusnya lebih kepada pendapatan rumah tangga, maka pendapatan tersebut mencakup keseluruhan pendapatan formal, informal, serta pendapatan dari subsistem, yaitu pendapatan yang diperoleh melalui kegiatan ekonomi yang lebih mendasar dan sering kali bersifat lokal.

- a) Pendapatan formal adalah penghasilan yang didapat dari pekerjaan utama atau kegiatan ekonomi yang resmi dan diakui oleh pemerintah.
- b) Pendapatan informal merujuk pada penghasilan yang diperoleh dari pekerjaan sampingan di luar pekerjaan utama, biasanya tidak tercatat secara resmi dalam ekonomi formal.
- c) Pendapatan subsistem merupakan pendapatan yang berasal dari sektor produksi yang dihitung dengan nilai uang, dan terjadi

---

<sup>19</sup> Jeiske Salaa, "Peran Ganda Ibu Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Di Desa Tarohan Kec. Beo, Kab. Kepulauan Talaud," *Jurnal Holistik* 8, no. 15 (2015): 254–65.

ketika proses produksi dan konsumsi berada di bawah kendali satu individu atau kelompok kecil masyarakat.

Menurut Lumingkewas, pendapatan pada dasarnya muncul dari penjualan barang atau pemberian jasa kepada pihak lain dalam periode akuntansi tertentu. Pendapatan dapat berasal dari berbagai aktivitas ekonomi, termasuk penjualan barang, proses produksi, serta pemberian jasa yang melibatkan pengangkutan dan penyimpanan. Pada perusahaan dagang, pendapatan biasanya diperoleh melalui penjualan barang dagangan, sedangkan di perusahaan manufaktur, pendapatan berasal dari penyediaan jasa kepada pihak eksternal.

Jenis-jenis pendapatan yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dapat dikelompokkan menjadi dua kategori utama, yaitu pendapatan operasional dan pendapatan non-operasional. Pendapatan operasional merujuk pada penghasilan yang berasal dari kegiatan inti perusahaan. Pendapatan ini bisa diperoleh melalui beberapa cara, seperti kegiatan usaha yang dilakukan langsung oleh perusahaan tanpa penyerahan jasa yang telah selesai diproduksi. Selain itu, pendapatan juga bisa muncul dari hubungan usaha yang telah disepakati, seperti penjualan konsinyasi, atau dari kerja sama dengan para investor dalam menjalankan kegiatan usaha.

Di sisi lain, pendapatan non-operasional, yang juga dikenal sebagai pendapatan lain-lain, adalah pendapatan yang diperoleh dari aktivitas di luar kegiatan utama perusahaan. Pendapatan ini biasanya tidak dihasilkan secara kontinu, namun tetap berperan dalam mendukung pendapatan operasional perusahaan. Dari berbagai jenis pendapatan ini, dapat disimpulkan bahwa sumber

pendapatan perusahaan mencakup semua hasil yang diperoleh dari kegiatan bisnis dan investasi.

Dalam konteks operasional perusahaan, pendapatan dapat dibagi lebih lanjut menjadi dua kategori, yakni pendapatan dari operasi normal perusahaan dan pendapatan dari kegiatan di luar operasi perusahaan. Pendapatan dari operasi normal perusahaan melibatkan aktivitas inti perusahaan, sementara pendapatan dari luar operasi perusahaan mencakup hasil yang diperoleh dari kegiatan atau investasi yang tidak berkaitan langsung dengan aktivitas utama perusahaan.<sup>20</sup>

d. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Faktor-faktor yang memengaruhi tingkat pendapatan orang tua bervariasi tergantung pada tempat kerja mereka. Menurut Ni Putu Ria, faktor-faktor seperti jam kerja, jenis kelamin, usia, dan modal dapat memengaruhi pendapatan. Mulyanto, menyatakan bahwa tingkat pendapatan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti: Jenis pekerjaan atau jabatan:<sup>21</sup>

- 1) Semakin tinggi jabatan seseorang dalam pekerjaan, semakin besar pendapatannya.
- 2) Pendidikan: Tingkat pendidikan yang lebih tinggi dapat meningkatkan jabatan dalam pekerjaan, berpotensi meningkatkan pendapatan.
- 3) Masa kerja: Masa kerja yang lebih lama berpengaruh positif terhadap pendapatan, semakin lama masa kerja, pendapatan cenderung semakin besar.

---

<sup>20</sup> Lumingkewas and Valen Abraham, “Pengakuan Pendapatan Dan Beban Atas Laporan Keuangan Pada Pt. Bank Sulut,” *Jurnal EMBA* 1, no. 3 (2013): 103–27.

<sup>21</sup> Fauzi, “Pengaruh Pendapatan Orang Tua Dan Lingkungan Sosial Terhadap Literasi Keuangan Dan Implikasinya Terhadap Perilaku Konsumtif.”

4) Jumlah anggota keluarga: Jumlah anggota keluarga dapat memengaruhi pendapatan, terutama jika setiap anggota keluarga bekerja, yang akan berkontribusi pada peningkatan pendapatan keluarga secara keseluruhan.

Menurut Boediono, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan, antara lain:<sup>22</sup>

- a) Kesempatan kerja yang tersedia. Semakin banyak kesempatan kerja yang ada, semakin besar pula potensi penghasilan yang dapat diperoleh dari hasil kerja tersebut.
- b) Kecakapan dan keahlian. Memiliki kecakapan dan keahlian yang tinggi dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja, yang pada akhirnya berpengaruh positif terhadap pendapatan yang diperoleh.
- c) Motivasi. Dorongan atau motivasi seseorang juga memengaruhi jumlah penghasilan yang diperoleh. Semakin besar motivasi untuk melakukan pekerjaan, semakin tinggi pula potensi pendapatan yang dapat dicapai.
- d) Keuletan bekerja. Keuletan, yang dapat diartikan sebagai ketekunan dan keberanian untuk menghadapi tantangan, sangat penting. Ketika menghadapi kegagalan, individu yang ulet akan menjadikannya sebagai pelajaran untuk mencapai kesuksesan di masa mendatang.
- e) Banyak sedikitnya modal yang digunakan. Besar kecilnya modal yang digunakan dalam usaha sangat mempengaruhi hasil yang dicapai. Modal yang lebih besar biasanya memberikan lebih banyak peluang untuk menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi.

---

<sup>22</sup> Boediono, *Pengantar Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2012).

e. Indikator Pendapatan

Indikator pendapatan merujuk pada teori yang diajukan oleh Badan Pusat Statistik, yang mengklasifikasikan tingkat pendapatan penduduk ke dalam empat golongan. Pertama, golongan pendapatan sangat tinggi terjadi jika pendapatan rata-rata melebihi Rp. 3.500.000 per bulan. Kedua, golongan pendapatan tinggi terjadi jika pendapatan rata-rata berkisar antara Rp. 2.500.000 hingga Rp. 3.500.000 per bulan. Ketiga, golongan pendapatan sedang terjadi jika pendapatan rata-rata berada di bawah kisaran antara Rp. 1.500.000 hingga Rp. 2.500.000 per bulan. Terakhir, golongan pendapatan rendah terjadi jika pendapatan rata-rata berada di bawah Rp. 1.500.000 per bulan.<sup>23</sup>

2. Teman Sebaya

a. Definisi Teman Sebaya

Istilah "*Peer group*" berasal dari bahasa Inggris dan memiliki arti kelompok teman sebaya. Dalam konteks sosiologis, kelompok didefinisikan sebagai kumpulan orang yang saling berhubungan dan berinteraksi, sehingga terbentuk perasaan bersama di antara mereka. Teman sebaya merujuk kepada anak atau remaja yang memiliki tingkat usia dan kedewasaan yang sejajar atau serupa.<sup>24</sup> Teman sebaya dapat dijelaskan sebagai anak atau remaja yang sejajar dalam tingkat usia dan kedewasaan. Nawar menyatakan bahwa teman sebaya adalah sekelompok individu yang memiliki minat dan pengalaman yang serupa, serta saling berinteraksi satu sama lain.<sup>25</sup>

Teman sebaya merujuk kepada anak atau remaja yang sejajar dalam tingkat usia dan kedewasaan. Nawar menggambarkan teman

---

<sup>23</sup> Yuliana, "Pengaruh Pendapatan Orang Tua Dan Motivasi Belajar Terhadap Prestasi Belajar Siswa Pada Pembelajaran Akuntansi Kelas Xii Iis Di Sma Negeri 5 Wajo."

<sup>24</sup> Bambang Arifin, Samsul, *Psikologi Sosial* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2018).

<sup>25</sup> Endang Yunalia, Mei, *Remaja Dana Konformitas Teman Sebaya* (Malang: Ahimedia Press, 2017).

sebayu sebagai kelompok individu dengan minat dan pengalaman yang serupa, serta aktif berinteraksi satu sama lain.<sup>26</sup> Santrock menyatakan bahwa teman sebayu adalah anak-anak dengan usia atau tingkat kedewasaan yang hampir sama.<sup>27</sup> Teman sebayu dianggap sebagai lingkungan kedua yang memiliki pengaruh penting pada perkembangan peserta didik, terutama pada masa perkembangan anak-anak dan remaja.<sup>28</sup>

Amaliya dan Setiaji menyatakan bahwa teman sebayu memiliki pengaruh signifikan dalam pemilihan gaya berpakaian, hobi, perkumpulan, dan kegiatan sosial lainnya. Hal ini karena remaja seringkali melakukan pembelian bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan karena pandangan orang lain memiliki nilai penting bagi mereka, dan mereka ingin terlihat menarik seperti teman-teman mereka.<sup>29</sup> Murniatiningsih mengartikan teman sebayu atau peer group sebagai sekelompok teman sebayu yang memiliki hubungan emosional yang kuat. Mereka dapat saling berinteraksi, berbagi pemikiran, dan pengalaman, memberikan dampak serta kontribusi pada perubahan dan perkembangan sosial dan pribadi. Remaja seringkali mengalami situasi di mana diterima atau ditolak oleh teman sebayunya dalam lingkungan pergaulan.<sup>30</sup>

Dari berbagai pengertian ahli, teman sebayu atau peer group dapat disimpulkan sebagai kelompok individu sebayu dengan tingkat

---

<sup>26</sup> Yunalia, Mei.

<sup>27</sup> Indri Marlana Sulistyawati, "Pengaruh Teman Sebayu, Penggunaan Media Sosial, Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Jurusan Ips Di Sma Kesatrian 1 Semarang" (Universitas Negeri Semarang, 2019).

<sup>28</sup> Sudarwan Danim and Khairil, *Profesi Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2012).

<sup>29</sup> Sulistyawati, "Pengaruh Teman Sebayu, Penggunaan Media Sosial, Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Jurusan Ips Di Sma Kesatrian 1 Semarang."

<sup>30</sup> Endah Murniatiningsih, "Pengaruh Literasi Ekonomi Siswa, Hasil Belajar Ekonomi, Dan Teman Sebayu Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Smp Negeri Di Surabaya Barat," *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan* 5, no. 1 (2017): 127, <https://doi.org/10.26740/jepk.v5n1.p127-156>.

usia dan kedewasaan yang sejajar. Mereka memiliki pengaruh signifikan pada perkembangan sosial dan pribadi peserta didik, terutama pada masa anak-anak dan remaja. Pengaruhnya mencakup pemilihan gaya berpakaian, hobi, serta kegiatan sosial, yang sering kali dipengaruhi oleh keinginan untuk diterima dan terlihat menarik di mata teman sebaya. Interaksi dalam peer group dapat membentuk ikatan emosional yang kuat, memberikan pengalaman serta kontribusi pada perubahan individu. Dalam lingkungan pergaulan, remaja dapat menghadapi situasi penerimaan atau penolakan dari teman sebayanya.

b. Ciri-Ciri Teman Sebaya

Menurut Santosa, kelompok sebaya tidak memiliki struktur organisasi yang jelas, bersifat spontan, mengajarkan tentang kebudayaan yang luas, dan anggotanya adalah individu sebaya. Penjelasannya meliputi:<sup>31</sup>

- 1) Tidak mempunyai struktur organisasi yang jelas: Kelompok sebaya terbentuk secara spontan, di mana anggotanya memiliki kedudukan yang sama. Meskipun ada anggota yang dianggap sebagai pemimpin, hal ini bukan berarti ada struktur hierarki yang terdefinisi dengan jelas.
- 2) Bersifat sementara: Karena tidak ada struktur organisasi yang jelas, kelompok ini bersifat sementara. Kelompok sebaya mungkin tidak dapat bertahan lama, terutama jika tujuan individu tidak tercapai atau karena keadaan yang memisahkan, seperti pada teman sebaya di lingkungan kampus. Mutu hubungan dalam kelompok sebaya cenderung bersifat sementara.

---

<sup>31</sup> Luthfatul Amaliya, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya Dan Status Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa," *Economic Education Analysis Journal* (2017).

- 3) Kelompok sebaya mengajarkan individu tentang kebudayaan yang luas: Teman sebaya di perkuliahan biasanya berasal dari latar belakang yang berbeda, memiliki aturan atau kebiasaan yang berbeda pula. Bergabung dalam kelompok sebaya memungkinkan mereka saling belajar dan memahami keberagaman kebudayaan.
- 4) Anggotanya adalah individu sebaya: Anggota kelompok sebaya memiliki keinginan, tujuan, dan kebutuhan yang sama. Kesamaan tujuan ini memperkuat hubungan dan kedekatan antar teman sebaya.

c. Fungsi Teman Sebaya

Fungsi teman sebaya menurut Santosa dapat dijelaskan sebagai berikut:<sup>32</sup>

- 1) Mendidik tentang kebudayaan: Teman sebaya berperan dalam menyampaikan dan mengajarkan nilai-nilai kebudayaan yang berlaku di lingkungan tempat mereka berada.
- 2) Mengajarkan mobilitas sosial: Teman sebaya memberikan pemahaman tentang perubahan status sosial dan kemungkinan adanya perubahan tersebut.
- 3) Mendukung peran sosial baru: Kelompok sebaya memberikan peluang bagi anggotanya untuk mengemban peran sosial yang baru dalam lingkup masyarakat.
- 4) Menjadi sumber informasi untuk orang tua, guru, dan masyarakat: Kelompok sebaya dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi orang tua, guru, dan masyarakat secara umum.

---

<sup>32</sup> Ela Utami, "Pengaruh Media Sosial, Instagram, Kelompok Teman Sebaya, Literasi Ekonomi, Dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XII IPS SMA Negeri 13 Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2018/2019" (Universitas Lampung, 2019).

- 5) Mendorong ketergantungan antarindividu dalam kelompok sebaya.
- 6) Membentuk moral: Teman sebaya turut berperan dalam membentuk moral dan nilai-nilai etika dalam perilaku individu.
- 7) Memberikan ruang kebebasan individu: Dalam kelompok sebaya, individu dapat mencapai kebebasan untuk mengembangkan dirinya sendiri.

f. Peran Teman Sebaya

Seiring bertambahnya usia anak, pengaruh lingkungan di luar keluarga, terutama peran teman sebaya, menjadi semakin penting dalam kehidupan mereka. Teman sebaya membantu anak dalam mengembangkan keterampilan sosial, menguji kemampuan mereka, menumbuhkan rasa empati, solidaritas, serta kesetiakawanan. Selain itu, melalui interaksi dengan teman sebaya, anak belajar untuk menyelesaikan masalah sendiri, memahami orang lain, dan berbagi pengalaman. Karena peran teman sebaya yang sangat signifikan dalam perkembangan anak, kurangnya interaksi dengan teman dapat membuat anak merasa kesepian dan berpotensi menghambat perkembangan mereka.

Pertemanan memiliki peran penting dalam perkembangan anak, di antaranya:

- a) Mengajarkan cara berkomunikasi. Melalui pertemanan, anak belajar bagaimana berinteraksi dengan orang lain, mengenali kebutuhan dan minat mereka, serta memperoleh pengalaman dalam bekerja sama dan menyelesaikan masalah secara efektif.
- b) Membandingkan diri dengan orang lain. Pertemanan memberi kesempatan bagi anak untuk membandingkan dirinya dengan teman-temannya, karena penilaian diri anak sering kali didasarkan pada perbandingan dengan individu lain.

c) Mendorong rasa kebersamaan dalam kelompok. Pada usia 10-11 tahun, kelompok pertemanan menjadi semakin penting. Anak-anak menemukan bahwa kelompok sosial tidak hanya terdiri dari individu, tetapi juga melibatkan peran-peran, partisipasi kolektif, dan dukungan dalam melaksanakan berbagai aktivitas bersama.<sup>33</sup>

g. Faktor Yang Mempengaruhi Teman Sebaya

Faktor yang mempengaruhi teman sebaya, diantaranya sebagai berikut:

1) Kesamaan

Siswa yang memiliki usia sebanding dengan teman-temannya cenderung memiliki kesamaan dalam minat, topik pembicaraan, dan kegiatan yang mereka lakukan. Hal ini dapat memudahkan mereka menjalin hubungan yang lebih dekat dan akrab dengan teman-teman yang berusia hampir sama.

2) Situasi

Keadaan atau situasi berpengaruh dalam menentukan jenis permainan yang akan dimainkan bersama. Misalnya, ketika siswa berada di lapangan terbuka, mereka cenderung memilih permainan yang bersifat kooperatif. Namun, jika jumlah siswa cukup banyak, mereka akan lebih terdorong untuk melakukan permainan yang kompetitif daripada permainan kooperatif.

3) Keakraban

Keakraban dapat menciptakan lingkungan yang mendukung dalam hubungan sosial, termasuk dengan teman sebaya. Siswa cenderung merasa canggung ketika harus bekerja sama dengan

---

<sup>33</sup> Mirta Sari, "Peran Teman Sebaya Dalam Membentuk Kepribadian Siswa MI Ma'arif Singosaren Ponorogo" (Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2019).

teman yang kurang akrab. Jika kerjasama tetap diperlukan, masalah yang dihadapi mungkin tidak terselesaikan dengan baik dan efisien.

#### 4) Ukuran Kelompok

Jumlah siswa yang terlibat dalam interaksi dapat mempengaruhi hubungan dengan teman sebaya. Semakin besar jumlah siswa dalam suatu kelompok, interaksi cenderung menjadi lebih rendah, kurang akrab, kurang fokus, dan memberikan dampak yang lebih kecil.

#### 5) Perkembangan Kognitif

Perkembangan kognitif adalah kemampuan dalam memecahkan masalah. Semakin baik kemampuan kognitif yang dimiliki siswa, semakin pandai ia membantu teman sebaya dalam menyelesaikan masalah. Hal ini membuat persepsi teman-temannya terhadapnya menjadi lebih positif, sehingga siswa tersebut cenderung dipilih sebagai pemimpin dalam kelompoknya.<sup>34</sup>

#### h. Indikator Teman Sebaya

Santosa menjelaskan indikator teman sebaya dengan beberapa aspek yang mencakup kerjasama, persaingan, pertentangan, penerimaan/akulturasi, dan persesuaian/akomodasi:<sup>35</sup>

##### 1) Kerjasama

Kerjasama dianggap krusial dalam lingkungan teman sebaya karena dapat memudahkan siswa dalam melaksanakan kegiatan bersama melalui gotong royong. Selain itu, adanya tukar pikiran antar individu diharapkan dapat menghasilkan beragam ide dan solusi, serta mendukung kekompakan antar siswa.

---

<sup>34</sup> Cony Semiawan, *Perkembangan Peserta Didik* (Jakarta: Depdikbud, 2018).

<sup>35</sup> Sulistyawati, "Pengaruh Teman Sebaya, Penggunaan Media Sosial, Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Jurusan Ips Di Sma Kesatrian 1 Semarang."

## 2) Persaingan

Persaingan diartikan sebagai perjuangan individu atau kelompok sosial untuk mencapai kemenangan atau hasil kompetitif tanpa menimbulkan ancaman fisik. Dalam konteks teman sebaya, persaingan antar siswa diarahkan untuk mencapai prestasi yang lebih baik, mendorong mereka untuk berusaha lebih keras.

## 3) Pertentangan

Pertentangan dijelaskan sebagai bentuk interaksi sosial di mana individu atau kelompok dapat mencapai tujuan, namun dapat mengakibatkan kerusakan pada individu atau kelompok lainnya. Ini menggarisbawahi adanya dinamika dalam hubungan teman sebaya yang tidak selalu positif.

## 4) Penerimaan/akulturasi

Penerimaan atau akulturasi dipahami sebagai suatu proses sosial ketika kelompok manusia dihadapkan pada unsur kebudayaan asing. Kebudayaan asing tersebut kemudian diterima dan diolah dalam kebudayaan kelompok tersebut tanpa menghilangkan unsur kebudayaan mereka sendiri.

## 5) Persesuaian/akomodasi

Persesuaian atau akomodasi merujuk pada penyesuaian tingkah laku siswa agar dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitarnya. Hal ini menekankan adaptasi siswa terhadap teman sebayanya dan lingkungannya secara lebih umum. Dengan demikian, pemahaman terhadap indikator ini dapat memberikan

wawasan mendalam mengenai dinamika dan interaksi dalam kelompok teman sebaya.

### 3. Perilaku konsumtif

#### a. Definisi Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merujuk pada tindakan menggunakan barang dan jasa yang lebih memprioritaskan keinginan daripada kebutuhan individu, sehingga dapat mengakibatkan pengeluaran yang tidak terbatas atau berlebihan.<sup>36</sup> Perilaku konsumtif adalah tindakan yang tidak lagi berasal dari pertimbangan yang rasional, tetapi lebih kepada pembelian produk atau jasa dengan tujuan mendapatkan kesenangan atau memenuhi perasaan emosi.<sup>37</sup> Perilaku konsumtif mencakup penggunaan barang dan jasa yang lebih menekankan keinginan individu dibandingkan dengan kebutuhan, mengakibatkan pengeluaran yang tidak terbatas atau berlebihan.

Konsumtif secara umum dapat didefinisikan sebagai penggunaan barang atau jasa dengan perilaku yang boros dan berlebihan, di mana keinginan lebih diutamakan daripada kebutuhan dalam hal prioritas, atau dengan kata lain, merupakan gaya hidup yang berlebihan.<sup>38</sup> Yuniarti menjelaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan kecenderungan dalam pola pembelian dan pemenuhan kebutuhan yang lebih menekankan pada keinginan daripada kebutuhan, sering kali dipengaruhi oleh nafsu duniawi dan kesenangan semata. Perilaku konsumtif juga dianggap sebagai gaya hidup yang

---

<sup>36</sup> Aulia Zulfa Rahma and Bambang Dibyoy Wiyono, "Studi Tentang Perilaku Konsumtif Siswa Yang Kecanduan Drama Korea Di Sman 1 Manyar Gresik," *Jurnal BK UNESA* 11, no. 2 (2020): 230–39, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-bk-unesa/article/view/33269>.

<sup>37</sup> Yuniarti, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Pustaka Setia, 2018).

<sup>38</sup> Dede Mustomi and Aprilia Puspasari, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *CERMIN: Jurnal Penelitian* 4, no. 1 (2020): 133, [https://doi.org/10.36841/cermin\\_unars.v4i1.496](https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v4i1.496).

bersifat boros, karena terkadang individu membeli barang atau jasa yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan.<sup>39</sup>

Tambunan mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai keinginan untuk mengonsumsi barang-barang secara berlebihan, meskipun sebenarnya barang-barang tersebut tidak terlalu diperlukan, dengan tujuan mencapai kepuasan maksimal.<sup>40</sup> Astuti mengartikan perilaku konsumtif sebagai tindakan menggunakan produk yang belum habis, di mana seseorang sudah beralih ke produk serupa dari merek lain sebelum produk yang digunakan sebelumnya habis. Selain itu, perilaku konsumtif juga mencakup pembelian barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau karena banyak orang yang menggunakan barang tersebut. Ini merupakan kegiatan yang terkait dengan pembelian barang dan jasa, mempertimbangkan berbagai faktor seperti harga, kualitas, fungsi, dan kegunaan barang.<sup>41</sup>

Kesimpulannya, perilaku konsumtif melibatkan penggunaan barang yang tidak selalu dibutuhkan, mencerminkan kecenderungan boros dan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti dorongan nafsu dan pengaruh sosial.

#### b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Konsumtif merupakan perilaku umum yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti usia, lingkungan, pendidikan, dan tingkat kebutuhan. Rangkuti Freddy mengidentifikasi empat kelompok faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif:

---

<sup>39</sup> Yuniarti, *Perilaku Konsumen*.

<sup>40</sup> Amaliya, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya Dan Status Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa."

<sup>41</sup> Iftita Hurbania, "Pengaruh Media Sosial Instagram, Teman Sebaya, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas X SMAN 1 Tanjung Bumi," *Perpustakaan STKIP PGRI Bangkalan*, 2021, 1–11, <http://repo.stkipgri-bkl.ac.id/id/eprint/1181>.

### 1) Faktor Budaya

- a) Budaya: Kumpulan nilai, aturan, persepsi, dan perilaku dasar yang memengaruhi individu. Kegagalan beradaptasi dengan perbedaan budaya dapat mengakibatkan pemasaran yang tidak efektif.
- b) Sub Budaya: Kelompok orang dengan sistem nilai berdasarkan pengalaman dan situasi kehidupan, seperti kewarganegaraan, agama, ras, dan daerah geografis.
- c) Kelas Sosial: Pembagian kelompok masyarakat berdasarkan kombinasi pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kesehatan, dan variabel lainnya.

### 2) Faktor Sosial

- a) Kelompok Acuan: Semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang, termasuk keluarga, teman, dan rekan kerja.
- b) Keluarga: Anggota keluarga memiliki pengaruh kuat terhadap perilaku pembeli.
- c) Peran dan Status: Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan umum terhadap peran tersebut.

### 3) Faktor Pribadi

- a) Umur dan Tahap Siklus Hidup: Selera seseorang terhadap produk terkait dengan usia, dan pembelian dipengaruhi oleh tahap siklus keluarga.
- b) Pekerjaan: Pekerjaan seseorang memengaruhi barang dan jasa yang dibeli.
- c) Keadaan Ekonomi: Keadaan ekonomi memengaruhi pilihan produk.

- d) Gaya Hidup: Gaya hidup mencakup pola hidup, aktivitas, minat, dan opini, mempengaruhi proses pembelian.
- e) Keperibadian dan Konsep Diri: Keperibadian adalah karakteristik psikologis yang memengaruhi tanggapan terhadap lingkungan.

4) Faktor Psikologis

- a) Motivasi: Kebutuhan memotivasi tindakan, dan motif adalah dorongan kebutuhan.
- b) Persepsi: Proses menyusun gambaran tentang dunia melalui seleksi, pengaturan, pengelolaan, dan interpretasi informasi.
- c) Pembelajaran: Perubahan perilaku karena pengalaman dan pengamatan.
- d) Keyakinan dan Sikap: Keyakinan adalah pemikiran deskriptif, sementara sikap mencerminkan evaluasi perasaan dan kecenderungan terhadap suatu objek atau ide.

c. Ciri-Ciri Perilaku Konsumtif

Menurut Sembiring, konsumen yang memiliki sifat konsumtif memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) Tidak mempertimbangkan fungsi atau kegunaan suatu barang saat melakukan pembelian, melainkan hanya memperhatikan prestise yang terkait dengan barang tersebut.
- 2) Mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan.
- 3) Memberikan prioritas lebih kepada keinginan daripada kebutuhan dalam proses pembelian.
- 4) Tidak menetapkan skala prioritas dalam pengeluaran.

d. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Menurut Lina dan Rosyid, perilaku konsumtif dapat dibagi ke dalam beberapa aspek yang menggambarkan cara seseorang berinteraksi dengan barang atau jasa yang dibeli. Salah satu aspek

utamanya adalah pembelian impulsif (*impulsive buying*). Pembelian ini terjadi ketika seseorang membeli suatu barang atau jasa berdasarkan keinginan sesaat tanpa mempertimbangkan secara matang kebutuhan atau konsekuensi jangka panjangnya. Biasanya, keputusan ini diambil secara spontan dan lebih didasari oleh dorongan emosional daripada pemikiran rasional. Misalnya, seseorang mungkin melihat barang yang menarik di etalase toko dan langsung membelinya tanpa memikirkan apakah barang tersebut benar-benar dibutuhkan.

Aspek kedua adalah pemborosan (*wasteful buying*), yaitu ketika seseorang melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan adanya kebutuhan yang jelas. Perilaku ini ditandai dengan kecenderungan menghabiskan uang secara berlebihan untuk barang-barang yang mungkin tidak diperlukan. Orang yang melakukan pemborosan sering kali tidak menyadari bahwa mereka telah menghambur-hamburkan dana, dan pembelian mereka sering kali tidak memberikan manfaat jangka panjang.

Selanjutnya adalah mencari kesenangan (*non-rational buying*), di mana perilaku konsumtif ini lebih didorong oleh keinginan untuk merasakan kesenangan atau kepuasan pribadi, bukan karena adanya kebutuhan mendesak. Seseorang yang terlibat dalam perilaku ini membeli barang atau jasa semata-mata untuk mencari kenikmatan tanpa memperhitungkan kegunaan praktis dari barang yang dibeli. Misalnya, seseorang mungkin membeli produk teknologi terbaru hanya karena ingin merasakan kepuasan menggunakan sesuatu yang baru, meskipun fungsi produk tersebut tidak benar-benar dibutuhkan.

Raymond kemudian menambahkan bahwa gaya hidup hedonisme juga berkontribusi terhadap perilaku konsumtif. Aspek gaya hidup ini melibatkan pengukuran aktivitas, minat, dan opini. Salah satu komponen utamanya adalah membeli produk sebagai simbol status, di

mana seseorang, terutama remaja, cenderung membeli barang-barang mahal untuk menunjukkan bahwa mereka berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Produk-produk yang dibeli ini sering kali tidak hanya berfungsi sebagai barang fungsional, tetapi juga sebagai simbol eksklusivitas dan prestise sosial. Misalnya, remaja mungkin membeli pakaian bermerek mahal bukan karena kualitasnya, tetapi karena ingin dianggap lebih keren oleh teman-temannya.

Selain itu, ada kecenderungan memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk. Dalam hal ini, remaja cenderung meniru perilaku atau gaya hidup tokoh-tokoh yang mereka idolakan, termasuk dalam hal produk yang mereka gunakan. Jika seorang tokoh publik atau selebriti terkenal menggunakan suatu produk, remaja sering kali terdorong untuk membeli produk tersebut dengan harapan bisa meniru gaya hidup idolanya.

Raymond juga mencatat bahwa sering kali muncul penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan meningkatkan rasa percaya diri. Remaja, misalnya, cenderung percaya pada klaim-klaim iklan bahwa produk tertentu dapat membuat mereka merasa lebih percaya diri, sehingga mereka lebih terdorong untuk membeli barang-barang yang dianggap mampu meningkatkan citra diri mereka di mata orang lain.

Satu aspek lagi yang menarik adalah kecenderungan untuk mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merek berbeda. Ini terjadi ketika seseorang mencoba beberapa merek dari produk yang sama, bahkan ketika produk yang dibeli sebelumnya belum habis dipakai. Perilaku ini menunjukkan kecenderungan untuk terus mencari sesuatu yang lebih memuaskan, meskipun secara fungsional produk tersebut tidak terlalu berbeda satu sama lain.

Selain itu, kegiatan (*activities*) juga menjadi bagian dari gaya hidup konsumtif, di mana aktivitas yang dilakukan konsumen, seperti produk yang mereka beli atau gunakan, menggambarkan cara mereka menghabiskan waktu luang. Kegiatan ini mencerminkan pola konsumsi mereka dalam kehidupan sehari-hari.

Minat (*interest*), di sisi lain, berhubungan dengan kesukaan, kegemaran, dan prioritas hidup konsumen. Minat konsumen biasanya terfokus pada objek, peristiwa, atau topik tertentu yang menjadi perhatian khusus atau terus-menerus dalam hidup mereka. Minat ini sering kali memengaruhi keputusan pembelian, terutama ketika konsumen merasa tertarik pada sesuatu yang mereka anggap penting atau menyenangkan.

Terakhir, ada pendapat yang menggambarkan pandangan atau perasaan konsumen dalam menanggapi berbagai isu. Pendapat ini mencakup bagaimana konsumen menafsirkan suatu produk atau peristiwa dan bagaimana mereka mengevaluasi konsekuensi dari tindakan tertentu. Misalnya, opini konsumen terhadap merek tertentu dapat memengaruhi keputusan mereka untuk membeli atau tidak membeli produk dari merek tersebut. Pendapat ini juga mencakup ekspektasi konsumen mengenai apa yang akan terjadi di masa depan atau bagaimana tindakan mereka akan memberi dampak pada kehidupan mereka.<sup>42</sup>

e. Dampak Positif dan Negatif Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif memiliki dampak positif dan negatif bagi individu maupun ekonomi. Berikut adalah penjelasan mengenai kedua dampak tersebut:<sup>43</sup>

---

<sup>42</sup> Aina Syahputra, Ulfah, "Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 1 Krueng Barona Jaya" (UIN Ar-Raniry, 2022).

<sup>43</sup> Syahputra, Ulfah.

## 1) Dampak Positif

- a) Memberikan kepuasan kepada konsumen: Salah satu dampak positif dari perilaku konsumtif adalah tercapainya kepuasan bagi konsumen. Ketika seseorang membeli produk yang diinginkan, mereka merasa puas karena berhasil memenuhi keinginannya. Perasaan ini meningkatkan kebahagiaan individu karena mereka merasa memiliki kontrol terhadap apa yang mereka konsumsi dan menikmati hasil dari pembelian tersebut. Kepuasan ini, meskipun sering kali bersifat sementara, tetap dianggap sebagai efek positif karena dapat meningkatkan kesejahteraan emosional konsumen.
- b) Menguntungkan produsen: Perilaku konsumtif juga membawa keuntungan bagi produsen. Dengan meningkatnya pembelian dari konsumen yang konsumtif, produsen dapat menjual lebih banyak produk mereka. Konsumen yang cenderung berperilaku konsumtif cenderung lebih sering membeli barang, termasuk produk baru atau edisi terbatas, yang membantu produsen meningkatkan penjualan dan keuntungan. Hal ini memudahkan produsen dalam menjual produknya kepada konsumen yang tidak terlalu mempertimbangkan kebutuhan jangka panjang, tetapi lebih mengutamakan keinginan sesaat.
- c) Mempercepat perputaran roda perekonomian: Perilaku konsumtif juga dapat mempercepat perputaran ekonomi. Semakin banyak konsumen yang menghabiskan uang mereka, semakin cepat produk dan jasa terjual di pasar. Hal ini mendorong peningkatan produksi dan menciptakan lebih banyak peluang kerja. Dengan meningkatnya aktivitas ekonomi, investasi juga cenderung tumbuh lebih cepat karena permintaan yang tinggi terhadap berbagai produk dan jasa. Peningkatan ini

memberikan dorongan positif bagi perekonomian secara keseluruhan, yang bisa mengarah pada pertumbuhan ekonomi yang lebih stabil dan berkelanjutan.

## 2) Dampak Negatif

- a) Pemborosan: Salah satu dampak negatif utama dari perilaku konsumtif adalah kecenderungan untuk boros. Seseorang yang berperilaku konsumtif sering kali lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Mereka lebih terpengaruh oleh godaan barang-barang menarik yang mungkin tidak benar-benar dibutuhkan. Hal ini menyebabkan pengeluaran yang tidak terkendali, di mana seseorang membeli barang tanpa mempertimbangkan apakah barang tersebut memiliki fungsi penting dalam kehidupan sehari-harinya. Perilaku boros ini sering kali mengarah pada pembelian barang yang berlebihan, yang pada akhirnya dapat menyebabkan masalah keuangan.
- b) Mengurangi kesempatan untuk menabung: Perilaku konsumtif juga membuat seseorang cenderung sulit menabung. Orang yang lebih fokus pada pembelian produk-produk yang diinginkan sering kali menghabiskan sebagian besar pendapatannya untuk berbelanja. Akibatnya, uang yang seharusnya bisa disisihkan untuk tabungan atau investasi jangka panjang malah dihabiskan untuk konsumsi sehari-hari yang tidak selalu penting. Hal ini menyebabkan ketidakmampuan untuk menabung, yang bisa berdampak negatif pada keamanan finansial seseorang di masa depan, terutama jika dihadapkan pada situasi darurat atau kebutuhan mendesak.

c) Tidak mempertimbangkan kebutuhan masa depan: Perilaku konsumtif juga cenderung mengabaikan kebutuhan yang akan datang. Orang yang terlalu fokus pada kesenangan sesaat dan keinginan untuk memiliki barang baru sering kali tidak memikirkan apa yang akan mereka butuhkan di masa depan. Ini berarti mereka mungkin mengabaikan investasi jangka panjang, pendidikan, atau persiapan untuk pensiun, yang dapat menimbulkan kesulitan di kemudian hari. Kurangnya perencanaan dan kesadaran tentang kebutuhan masa depan dapat menyebabkan masalah keuangan yang serius ketika seseorang tidak lagi memiliki cukup sumber daya untuk memenuhi kebutuhan mendasar.

f. Dimensi Perilaku Konsumtif

Berikut adalah penjelasan mengenai empat poin yang berkaitan dengan perilaku konsumtif:<sup>44</sup>

1) Pemenuhan keinginan: Salah satu karakteristik utama dari perilaku konsumtif adalah keinginan manusia untuk terus memenuhi hasratnya. Rasa puas yang didapat dari konsumsi tidak pernah mencapai titik akhir, melainkan terus meningkat. Setiap kali seseorang mengkonsumsi barang atau jasa, mereka merasa puas sementara, tetapi rasa puas tersebut dengan cepat menghilang, memunculkan keinginan baru untuk mendapatkan lebih banyak lagi. Hal ini menyebabkan seseorang cenderung membeli barang-barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan, hanya untuk memenuhi perasaan ingin memiliki atau mencoba sesuatu yang baru.

---

<sup>44</sup> Verina Halim and Shasti Ayudya, "Perilaku Konsumtif Generation Y Untuk Produk Fashion," *Jurnal Bisnis Indonesia* 4, no. 3 (2017): 376.

Akibatnya, individu terus membelanjakan uangnya demi mendapatkan kepuasan yang bersifat sementara dan terus berubah.

- 2) Barang di luar jangkauan: Ketika seseorang menjadi konsumtif, perilaku konsumsi berubah menjadi kompulsif dan tidak lagi didasarkan pada kebutuhan yang rasional. Mereka merasa selalu ada yang kurang, meskipun telah memiliki banyak barang. Keinginan ini mendorong individu untuk terus mengejar barang-barang baru, bahkan yang sebenarnya tidak mereka butuhkan atau mungkin tidak mampu mereka beli. Pada titik ini, konsumsi tidak lagi didorong oleh kegunaan barang, tetapi oleh dorongan emosional untuk memiliki lebih banyak barang, yang mungkin hanya berfungsi sebagai simbol status atau kepuasan sementara.
- 3) Barang tidak produktif: Perilaku konsumtif yang berlebihan sering kali mengarah pada pembelian barang yang tidak memberikan manfaat nyata. Konsumsi menjadi tidak produktif karena barang-barang yang dibeli mungkin tidak benar-benar digunakan atau hanya digunakan sebentar sebelum digantikan oleh barang lain. Sebagai contoh, seseorang mungkin membeli pakaian atau gadget yang jarang digunakan, atau bahkan tidak digunakan sama sekali setelah beberapa kali pemakaian. Akibatnya, barang-barang tersebut kehilangan nilainya dan hanya menambah jumlah barang yang tidak produktif di rumah atau dalam kehidupan seseorang.
- 4) Status: Dalam konteks perilaku konsumtif, banyak individu yang membeli barang-barang bukan berdasarkan kebutuhan, tetapi untuk meningkatkan status sosial mereka. Barang-barang yang dimiliki sering kali dipandang sebagai simbol kesuksesan atau kemewahan. Konsumsi semacam ini tidak lagi tentang pengalaman yang bermakna atau produktif, melainkan tentang bagaimana orang lain melihat mereka. Misalnya, seseorang mungkin membeli pakaian

bermerek mahal atau barang elektronik terbaru hanya untuk menunjukkan kepada orang lain bahwa mereka mampu membeli barang tersebut, bukan karena benar-benar membutuhkan atau menggunakan barang tersebut secara optimal. Tindakan ini berfokus pada citra dan status, bukan pada pemenuhan kebutuhan pribadi yang esensial.

g. Bentuk-Bentuk Perilaku Konsumtif

Menurut Tambunan, ada dua bentuk utama perilaku konsumtif yang mendasar:

- 1) Keinginan untuk mengkonsumsi secara berlebihan: Perilaku ini ditandai dengan kecenderungan individu, khususnya remaja akhir yang belum memiliki penghasilan sendiri, untuk menghabiskan uang secara tidak efisien. Mereka sering kali membeli barang atau jasa yang nilainya tidak sebanding dengan uang yang mereka keluarkan, dan bukan merupakan kebutuhan pokok. Konsumsi yang berlebihan ini lebih didorong oleh keinginan untuk mendapatkan kepuasan maksimal, meskipun barang-barang yang dibeli sebenarnya tidak terlalu diperlukan. Akibatnya, perilaku ini dapat menimbulkan pemborosan dan inefisiensi, di mana individu menghabiskan lebih banyak uang daripada yang seharusnya.
- 2) Perilaku konsumsi untuk mencapai kepuasan semata: Bentuk ini lebih berfokus pada pemenuhan kebutuhan yang bukan kebutuhan utama, melainkan kebutuhan yang timbul karena tekanan sosial atau keinginan untuk mengikuti tren. Banyak remaja yang membeli barang hanya untuk mengikuti arus mode atau mencoba produk baru, tanpa mempertimbangkan apakah barang tersebut benar-benar diperlukan. Selain itu, mereka juga cenderung ingin mendapatkan pengakuan sosial dengan memiliki barang-barang tertentu. Perilaku ini sering kali didorong oleh rasa takut dianggap

ketinggalan zaman atau tidak mengikuti perkembangan tren. Namun, perilaku ini justru memperkuat kecenderungan konsumtif, di mana individu merasa harus terus membeli barang untuk menjaga citra atau status sosialnya.

Tambunan menyoroti bahwa perilaku konsumtif ini sering kali muncul pada remaja yang masih berada dalam masa transisi dan cenderung dipengaruhi oleh lingkungan sosial serta tekanan dari tren yang berkembang.

#### h. Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono Indikator perilaku konsumtif dapat dijelaskan sebagai berikut:<sup>45</sup>

##### 1) Membeli Produk karena Hadiah

Remaja penggemar game online mungkin cenderung membeli barang tertentu karena adanya hadiah yang ditawarkan saat pembelian, seperti bonus atau item khusus dalam game.

##### 2) Membeli Produk karena Kemasannya Menarik

Dalam dunia game online, remaja mungkin tergoda untuk membeli produk virtual atau fitur tambahan dalam permainan yang dibungkus dengan rapi dan menarik, menciptakan motivasi berbelanja berdasarkan aspek visual. Dalam hal ini, "kemasan" mengacu pada elemen-elemen grafis, desain, atau presentasi yang membuat suatu item dalam game terlihat menarik dan menggoda bagi pemain. Misalnya, sebuah senjata atau kostum dengan tampilan yang unik, warna-warna cerah, atau efek visual yang menarik dapat

---

<sup>45</sup> Syahputra, Ulfah, "Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 1 Krueng Barona Jaya."

dianggap sebagai "kemasan" yang menarik dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian remaja penggemar game online.

3) Membeli Produk demi Menjaga Penampilan Diri dan Gengsi

Remaja penggemar game online mungkin mengalokasikan lebih banyak uang untuk memperbarui atau memperindah avatar atau karakter dalam game, mengejar penampilan yang menarik dan eksklusif.

4) Membeli Produk atas Pertimbangan Harga (Bukan atas Dasar Manfaat atau Kegunaannya)

Dalam konteks game online, remaja mungkin cenderung memilih pembelian berdasarkan harga atau keinginan memiliki item yang dianggap mewah dalam lingkungan game tersebut, tanpa mempertimbangkan manfaat yang sebenarnya.

5) Membeli Produk Hanya Sekedar Menjaga Simbol Status

Remaja penggemar game online dapat cenderung membeli item virtual atau fitur dalam game untuk menciptakan kesan eksklusif dan meningkatkan status sosial mereka di komunitas game.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Perilaku Konsumtif

##### 1. Metode 30-20-10

Metode 50-30-20 diperkenalkan oleh Elizabeth Warren, seorang ahli dari Universitas Harvard sekaligus pakar dalam bidang perencanaan keuangan di Amerika, bersama putrinya, Amelia Warren Tyagi yang merupakan seorang eksekutif bisnis. Dalam buku mereka, *All Your Worth: The Ultimate Lifetime Money Plan*, mereka menjelaskan metode ini dengan cara membagi pendapatan seseorang menjadi tiga kategori utama: kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan tabungan (*saving*).<sup>46</sup>

Dalam konteks pemain game online, metode 50-30-20 dapat dijadikan patokan untuk mengukur seberapa besar perilaku konsumtif mereka dalam permainan. Pemain game sering kali dihadapkan pada berbagai opsi pembelian dalam game, seperti item, karakter, skin, atau fitur khusus lainnya yang biasanya dikategorikan dalam "keinginan" karena tidak mendasar untuk kebutuhan pokok. Dengan membandingkan pengeluaran pemain game online terhadap patokan metode 50-30-20, kita dapat mengevaluasi apakah pengeluaran mereka pada "keinginan" melebihi batas ideal 30%, sehingga berpotensi menunjukkan pola konsumtif yang lebih besar.

Pemain yang mengalokasikan sebagian besar penghasilan mereka pada keinginan untuk membeli barang dalam game, dapat dikatakan menunjukkan perilaku konsumtif tinggi. Dengan pendekatan ini, metode 50-30-20 berfungsi sebagai tolok ukur untuk menilai sejauh mana pemain game online mengatur pengeluaran mereka dan menyeimbangkannya

---

<sup>46</sup> Rizky D P S, Steven R Sentinuwo, and Sary D E Paturusi, "Millennial Generation Financial Management Application Using Kakeibo Method Android-Based," *Jurnal Teknik Informatika* 16, no. 3 (2021): 243–52, <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/informatika/article/view/34435>.

dengan kebutuhan hidup sehari-hari serta tabungan untuk masa depan. Analisis ini sangat relevan karena perilaku konsumtif pada pemain game online dapat berdampak pada kesehatan finansial mereka, dan metode ini membantu dalam memberikan gambaran yang terstruktur tentang perilaku finansial mereka di tengah godaan pembelian dalam game yang terus meningkat.

## 2. Teori Konsumsi Keynes

Teori konsumsi yang diperkenalkan oleh Keynes dijadikan sebagai alat analisis dalam penelitian ini. Teori tersebut pertama kali dikemukakan oleh Keynes pada tahun 1936 dalam karyanya yang berjudul “*The General Theory of Employment, Interest, and Money*.” Dalam teori ini, Keynes menekankan adanya keterkaitan antara pendapatan saat ini (pendapatan yang dapat dibelanjakan) dengan konsumsi yang terjadi pada periode yang sama. Artinya, pendapatan yang diperoleh pada suatu waktu tertentu akan memengaruhi tingkat konsumsi pada waktu tersebut. Jika pendapatan meningkat, konsumsi juga akan bertambah, dan sebaliknya.<sup>47</sup>

Menurut Rahardja dan Manurung, teori konsumsi Keynes menjelaskan bahwa konsumsi saat ini sangat dipengaruhi oleh pendapatan disposable yang diterima saat ini. Jika pendapatan disposable bertambah, konsumsi juga akan meningkat. Selain itu, Keynes menyatakan bahwa ada tingkat konsumsi minimum yang tidak bergantung pada pendapatan. Ini berarti konsumsi tetap harus dipenuhi meskipun pendapatan berada pada tingkat nol. Konsep ini dikenal sebagai konsumsi otonom.<sup>48</sup>

Teori konsumsi Keynes yang menekankan bahwa konsumsi sangat erat kaitannya dengan pendapatan disposable seseorang. Teori ini

---

<sup>47</sup> Cahyo Pujoharso, “Aplikasi Teori Konsumsi Keynes Terhadap Indonesia,” *Jurnal Ilmiah Universitas Brawijaya Malang*, 2013.

<sup>48</sup> P Rahardja and M Manurung, *Teori Ekonomi Makro*, 4th ed. (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2008).

menjelaskan bahwa peningkatan pendapatan akan mendorong peningkatan konsumsi, sementara penurunan pendapatan akan mengurangi konsumsi. Selain itu, Keynes juga mengakui adanya konsumsi otonom, yaitu konsumsi minimum yang tetap harus dipenuhi, bahkan ketika pendapatan seseorang sangat rendah atau nol.

Ketika teori ini diterapkan dalam konteks perilaku konsumtif pada game online, kita bisa melihat beberapa keterkaitan yang relevan. Dalam game online, terutama yang berbasis model *freemium* atau *in-app purchases*, perilaku konsumtif pemain sering kali dipengaruhi oleh pendapatan disposable mereka. Pemain dengan pendapatan lebih tinggi mungkin lebih cenderung melakukan pembelian dalam game, seperti membeli item khusus, skin, atau keanggotaan premium, karena mereka memiliki kemampuan finansial untuk melakukannya. Peningkatan pendapatan bisa mendorong mereka untuk lebih sering melakukan pembelian, sesuai dengan premis teori Keynes.

Namun, aspek konsumsi otonom yang disebutkan oleh Keynes juga relevan dalam konteks ini. Meskipun seseorang mungkin tidak memiliki banyak pendapatan disposable, ada kecenderungan bahwa mereka tetap akan mengalokasikan sebagian dari penghasilannya untuk kebutuhan yang dianggap esensial atau sangat diinginkan dalam game. Ini bisa mencerminkan konsep konsumsi otonom, di mana pemain merasa perlu untuk melakukan pembelian tertentu agar dapat terus menikmati atau berpartisipasi secara penuh dalam permainan, meskipun pendapatan mereka terbatas.

Perilaku ini juga bisa diperkuat oleh tekanan sosial atau keinginan untuk mencapai status tertentu dalam komunitas game, yang pada akhirnya mendorong konsumsi meskipun dari sudut pandang rasional, pembelian tersebut mungkin tidak sepenuhnya diperlukan.

### 3. Teori Konsumsi Model Pilihan Antar Waktu (*Fishers Intertemporal Choice*)

Teori Konsumsi Model Pilihan Antar Waktu oleh Irving Fisher menyatakan bahwa ketika seorang konsumen menentukan berapa banyak pendapatan yang akan digunakan untuk konsumsi dan berapa banyak yang akan ditabung, mereka mempertimbangkan kondisi saat ini serta masa depan. Semakin besar konsumsi saat ini, semakin sedikit yang dapat dikonsumsi di masa depan. Fisher mengembangkan model konsumsi ini untuk menganalisis bagaimana konsumen membuat pilihan secara rasional terkait konsumsi antar waktu. Model ini menggambarkan batasan yang dihadapi konsumen dan bagaimana mereka membuat keputusan antara konsumsi dan menabung.<sup>49</sup>

Pemain sering kali dihadapkan pada keputusan antara menghabiskan uang saat ini untuk membeli item, skin, atau keuntungan dalam game, dan mempertimbangkan manfaat di masa depan dari menyimpan uang tersebut. Menurut model Fisher, keputusan ini melibatkan pertimbangan antara kepuasan langsung dari pembelian dan potensi kebutuhan atau keinginan di masa depan. Pemain yang fokus pada kepuasan segera mungkin cenderung membeli item atau manfaat yang memberikan keuntungan langsung, sementara pemain yang berpikir jangka panjang mungkin memilih untuk menunda pembelian atau menunggu penawaran yang lebih baik.

Selain itu, diskon dan penawaran waktu terbatas sering digunakan dalam game online untuk mendorong pembelian segera. Strategi ini dapat mempengaruhi pemain untuk memanfaatkan kesempatan dengan biaya yang lebih rendah, sesuai dengan teori Fisher tentang pengeluaran yang

---

<sup>49</sup> Adya Utami Syukri and Rahmatia Rahmatia, "Determinan Pola Konsumsi Mahasiswa Yang Bekerja Di Stie Tri Dharma Nusantara," *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo* 6, no. 1 (2020): 1–11, <https://doi.org/10.35906/jep01.v6i1.460>.

dipertimbangkan. Namun, pengeluaran impulsif juga umum terjadi, di mana pemain membeli barang secara langsung tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang. Ini mencerminkan ketidaksesuaian antara keputusan rasional yang diharapkan dalam model Fisher dan perilaku nyata yang sering didorong oleh keinginan instan.

#### 4. Teori Identitas Sosial (*Social Identity Theory*)

Teori ini, awalnya dikembangkan oleh Henri Tajfel dan kemudian diperluas oleh John Turner. Menurut Teori Identitas Sosial, setiap individu berusaha meningkatkan harga dirinya, yang terdiri dari dua komponen: identitas pribadi dan identitas kolektif atau sosial yang terbentuk dari kelompok tempat mereka bernaung. Dengan kata lain, seseorang dapat meningkatkan harga diri melalui pencapaian pribadi atau dengan mengasosiasikan diri mereka dengan keberhasilan kelompok. Yang menarik dari konsep identitas sosial adalah bahwa kita mendapatkan rasa bangga dari hubungan kita dengan orang lain, meskipun kita tidak menerima manfaat langsung dari mereka. Namun, hal yang disayangkan adalah kita sering merasa perlu untuk mempercayai "mereka" dengan tujuan memberikan rasa aman kepada "kita".<sup>50</sup>

Teori Identitas Sosial yang dikembangkan oleh Henri Tajfel dan diperluas oleh John Turner memberikan kerangka yang berguna untuk memahami pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif dalam game online. Menurut teori ini, setiap individu berusaha untuk meningkatkan harga dirinya melalui dua komponen utama: identitas pribadi, yang terbentuk dari pencapaian individu, dan identitas sosial, yang terbentuk dari afiliasi dengan kelompok tertentu.

---

<sup>50</sup> Effy Wardati Maryam, *Psikologi Sosial Penerapan Dalam Permasalahan Sosial, Psikologi Sosial Penerapan Dalam Permasalahan Sosial* (Siduarjo: UMSIDA Press, 2019), <https://doi.org/10.21070/2019/978-602-5914-69-0>.

Dalam konteks game online, identitas sosial sering kali terbentuk melalui keanggotaan dalam komunitas atau kelompok teman sebaya yang memiliki minat atau gaya bermain yang sama. Pemain mungkin merasakan kebutuhan untuk menyesuaikan diri dengan norma-norma kelompok ini, termasuk dalam hal perilaku konsumtif, seperti membeli item atau skin tertentu dalam game. Dengan kata lain, pemain mungkin merasa terdorong untuk melakukan pembelian tertentu agar mereka dapat diakui sebagai bagian dari kelompok tersebut, yang pada akhirnya meningkatkan identitas sosial mereka.

Misalnya, dalam kelompok teman sebaya yang sangat menghargai tampilan atau prestasi dalam game, pemain mungkin merasa perlu untuk membeli skin atau item premium yang dapat meningkatkan status mereka di mata teman-temannya. Meskipun pembelian ini mungkin tidak memberikan manfaat langsung dalam hal gameplay, memiliki item tersebut bisa memberikan kebanggaan atau rasa bangga karena diakui sebagai bagian dari kelompok yang sukses atau berprestasi. Ini sejalan dengan konsep dalam teori identitas sosial bahwa kita sering kali mendapatkan rasa bangga dari hubungan kita dengan orang lain, meskipun manfaat langsung tidak selalu terlihat.

Namun, teori ini juga menyoroti sisi negatif dari pengaruh sosial. Sering kali, individu merasa perlu untuk mempercayai norma-norma atau kebiasaan kelompok tanpa mempertanyakan, demi rasa aman atau penerimaan dalam kelompok tersebut. Dalam dunia game online, ini bisa berarti bahwa pemain mungkin merasa terpaksa untuk mengikuti tren pembelian yang didorong oleh teman sebaya, meskipun hal itu mungkin bertentangan dengan kebutuhan atau keinginan pribadi mereka. Misalnya, pemain bisa jadi membeli item atau langganan yang mahal hanya untuk menjaga citra atau status mereka dalam kelompok, bahkan jika mereka sebenarnya tidak benar-benar membutuhkannya atau menginginkannya.

## 5. Teori Duesenberry

Teori Duesenberry dapat diterapkan dalam konteks perilaku konsumtif terkait game online dengan mempertimbangkan pengaruh lingkungan sosial dan fenomena irreversibility dalam pengeluaran konsumsi. Berikut adalah penjelasan yang menghubungkan teori ini dengan perilaku konsumtif game online:

- a. Pengaruh Lingkungan Sosial: Dalam dunia game online, pemain sering kali terhubung dengan komunitas atau kelompok sosial yang memiliki minat yang sama. Ketika anggota komunitas ini menghabiskan uang untuk membeli item virtual, kosmetik, atau konten tambahan dalam permainan, individu lain dalam kelompok tersebut mungkin merasa terdorong untuk mengikuti pola pengeluaran yang sama. Tekanan sosial ini dapat menciptakan efek "peer pressure," di mana seseorang merasa perlu untuk berbelanja dalam game untuk tidak ketinggalan dari teman-temannya atau untuk mendapatkan status sosial dalam komunitas gamer.
- b. Irreversibility dalam Pengeluaran: Konsep irreversibility dalam pengeluaran konsumsi dapat dilihat dalam konteks bagaimana pemain game online berinvestasi dalam permainan mereka. Ketika seorang pemain menghabiskan uang untuk membeli item dalam game, mereka sering kali berkomitmen pada pola pengeluaran yang baru. Jika pendapatan mereka menurun, mereka mungkin akan tetap menghabiskan uang untuk permainan tersebut, karena mereka telah terlanjur berinvestasi dalam konten dan pengalaman yang ditawarkan oleh game tersebut. Ini dapat menyebabkan situasi di mana individu merasa terpaksa untuk terus berbelanja demi mempertahankan pengalaman permainan mereka, meskipun mereka mungkin tidak mampu lagi untuk melakukan pengeluaran tersebut.

- c. Kenaikan Pendapatan dan Perilaku Konsumsi: Dalam konteks game online, ketika seseorang mendapatkan pendapatan lebih, mereka mungkin cenderung meningkatkan pengeluaran dalam game, seperti membeli item premium atau meningkatkan peringkat akun mereka. Namun, ketika pendapatan mereka menurun, mereka mungkin kesulitan untuk mengurangi pengeluaran dalam game, karena mereka telah terbiasa dengan tingkat konsumsi yang lebih tinggi. Hal ini menciptakan pola konsumsi yang tidak seimbang dan berpotensi berisiko, di mana individu berjuang untuk menyeimbangkan keinginan untuk tetap bersaing dalam komunitas game sambil menghadapi keterbatasan finansial.
- d. Persepsi Nilai dan Kebutuhan: Duesenberry juga menekankan bahwa individu sering kali menghabiskan uang tidak hanya berdasarkan kebutuhan, tetapi juga untuk memenuhi keinginan sosial dan status. Dalam konteks game online, pembelian item atau upgrade sering kali berfungsi sebagai simbol status di antara pemain. Meskipun barang-barang tersebut mungkin tidak diperlukan untuk menikmati permainan, individu merasa terdorong untuk membelinya demi mendapatkan pengakuan atau meningkatkan citra mereka dalam komunitas.

Dengan demikian, teori Duesenberry memberikan kerangka kerja untuk memahami perilaku konsumtif dalam game online, dengan menyoroti bagaimana pengaruh sosial dan pola pengeluaran yang tidak dapat diubah dapat mempengaruhi keputusan individu dalam berbelanja. Ini juga menunjukkan pentingnya memahami dinamika sosial dalam

komunitas game untuk merancang intervensi yang dapat membantu pemain mengelola pengeluaran mereka dengan lebih baik.<sup>51</sup>

## B. Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat model yang dibangun dalam penelitian ini, selain teori juga beberapa jurnal atau karya ilmiah lainnya (penelitian terdahulu) yang relevan untuk mendukung model penelitian ini. Secara keseluruhan, beberapa hasil penelitian terdahulu yang dapat digunakan oleh peneliti.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Sri Suwarti dengan judul Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Kelompok Pertemanan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya dengan hasil penelitian yang dapat disimpulkan bahwa status sosial ekonomi orang tua dan kelompok pertemanan secara simultan mampu menjelaskan perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 84,4%. Sisanya, sekitar 15,6%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.<sup>52</sup>

Perbedaan utama dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada populasi dan variabel penelitian yang dipilih. Penelitian ini melibatkan remaja penggemar game online, sementara penelitian Sri Suwarti difokuskan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Meskipun sama-sama mempertimbangkan faktor lingkungan sosial seperti teman sebaya atau status sosial ekonomi orang tua, objek perilaku konsumtifnya dapat mencakup aspek yang berbeda, mulai dari pembelian dalam game hingga keputusan konsumtif yang terkait dengan kebutuhan akademis. Meski demikian, tetap relevan dalam konteks ekonomi dengan

---

<sup>51</sup> Nurlaila Hanun, "Pengaruh Pendapatan, Jumlah Tanggungan Keluarga Dan Pendidikan Terhadap Pola Konsumsi Rumah Tangga Nelayan Di Desa Seuneubok Rambong Aceh Timur," *Jurnal Samudra Ekonomika* 2, no. 1 (2018): 75–84.

<sup>52</sup> S R I Suwarti, "Pengaruh Status Sosial Ekonomi OrangTua Dan Kelompok Pertemanan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palangkaraya" (IAIN Palangkaraya, 2022).

mengeksplorasi hubungan antara faktor lingkungan dan perilaku konsumtif pada kelompok tertentu.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Misda Sari dengan judul Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Kontrol Diri Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas Islam Riau dengan hasil penelitian, teman sebaya memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif sebesar -0,371. Sebaliknya, lingkungan teman sebaya memberikan pengaruh positif terhadap kontrol diri sebesar 0,209. Selain itu, kontrol diri juga berdampak negatif terhadap perilaku konsumtif sebesar -0,381.<sup>53</sup>

Penelitian ini dan penelitian Misda Sari memiliki perbedaan dan persamaan. Penelitian ini, yang berfokus pada remaja penggemar game online, mempertimbangkan pengaruh pendapatan orang tua, teman sebaya, dan media sosial terhadap perilaku konsumtif. Sementara itu, penelitian Misda Sari, yang melibatkan mahasiswa pendidikan akuntansi di Universitas Islam Riau, mengeksplorasi pengaruh lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif melalui kontrol diri.

Persamaannya memiliki fokus pada pengaruh faktor-faktor tertentu terhadap perilaku konsumtif dalam konteks pendidikan, dengan penelitian ini memberikan wawasan pada remaja penggemar game online, sementara penelitian Misda Sari mengeksplorasi lingkungan teman sebaya dalam konteks mahasiswa pendidikan akuntansi. Meskipun variabel utama dan subjek penelitian berbeda, kedua penelitian ini menyoroti pentingnya teman sebaya sebagai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman perilaku konsumtif dalam konteks pendidikan.

---

<sup>53</sup> Misda Sari, "Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Kontrol Diri Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas Islam Riau" (2019).

3. Penelitian yang dilakukan Iftita Hurbaina dengan judul penelitian Pengaruh Media Sosial Instagram, Teman Sebaya, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas X SMAN 1 Tanjung Bumi dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial Instagram memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif remaja, terbukti dari nilai Thitung yang lebih besar dari Ttabel dan signifikansi yang kurang dari 0,05. Namun, teman sebaya, status sosial ekonomi orangtua, dan gaya hidup tidak berpengaruh signifikan secara individual terhadap perilaku konsumtif remaja. Meskipun demikian, uji F menunjukkan bahwa secara bersama-sama, media sosial Instagram, teman sebaya, status sosial ekonomi orangtua, dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja.<sup>54</sup>

Penelitian yang dilakukan peneliti mengeksplorasi dampak pendapatan orang tua, teman sebaya, dan media sosial terhadap remaja penggemar game online, sedangkan penelitian Iftita Hurbaina lebih umum membahas perilaku konsumtif siswa kelas X SMAN 1 Tanjung Bumi dengan mempertimbangkan media sosial Instagram, teman sebaya, status sosial ekonomi orang tua, dan gaya hidup. Kedua penelitian ini memiliki fokus pada perilaku konsumtif sebagai variabel terikat, mencerminkan perhatian terhadap aspek lingkungan sosial, terutama peran teman sebaya. Meskipun berbeda dalam variabel independen dan objek penelitian, keduanya tetap relevan dalam konteks remaja dan menggambarkan dampak signifikan media sosial terhadap perilaku konsumtif dalam era digital.

4. Penelitian yang dilakukan Susi Susanti dengan judul Pengaruh Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan

---

<sup>54</sup> Hurbaina, "Pengaruh Media Sosial Instagram, Teman Sebaya, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas X SMAN 1 Tanjung Bumi."

Ekonomi FKIP Untan Pontianak dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (pergaulan teman sebaya) dan variabel terikat (perilaku konsumtif). Hal ini diindikasikan oleh nilai t hitung (18.958) yang jauh lebih besar daripada nilai t tabel pada taraf signifikansi 95%. Oleh karena itu, hipotesis alternatif (Ha) diterima, sementara hipotesis nol (Ho) ditolak. Regresi linear sederhana menghasilkan persamaan  $Y = 4.028 + 0.873X$ , di mana pergaulan teman sebaya (X) memiliki kontribusi signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y). Koefisien determinasi sebesar 90.4% menunjukkan seberapa besar variasi perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh pergaulan teman sebaya.<sup>55</sup>

Penelitian yang dilakukan peneliti lebih terfokus pada remaja penggemar game online dengan menganalisis pengaruh pendapatan orang tua, teman sebaya, dan media sosial terhadap perilaku konsumtif. Sebaliknya, penelitian Susi memusatkan perhatian pada mahasiswa pendidikan ekonomi di FKIP UNTAN Pontianak dengan mengeksplorasi dampak pergaulan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. Meskipun berbeda dalam variabel independen dan kelompok subyek, kedua penelitian ini tetap memiliki persamaan dalam mengukur variabel dependen yang sama, yaitu perilaku konsumtif, serta relevansi dengan kehidupan sosial di Indonesia. Dengan demikian, kedua penelitian memberikan kontribusi unik terkait pemahaman perilaku konsumtif dalam konteks yang berbeda.

5. Penelitian yang dilakukan Fitriani dengan judul Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Kontrol Diri Siswa Di Sma YLPI Pekanbaru dengan hasil penelitian, dimana lingkungan

---

<sup>55</sup> Susi Susanti, "Pengaruh Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan Pontianak," *Jurnal Untan* (Universitas Tanjungpura, 2016).

teman sebaya memiliki dampak positif yang signifikan sebesar 0,253 terhadap perilaku konsumen, dan juga berpengaruh positif sebesar 0,209 terhadap kontrol diri. Selain itu, kontrol diri memiliki dampak negatif sebesar -0,284 terhadap perilaku konsumen. Temuan menarik lainnya adalah bahwa kontrol diri menjadi mediator antara lingkungan teman sebaya dan perilaku konsumen, mengindikasikan bahwa pengaruh lingkungan teman sebaya pada perilaku konsumen dapat dijelaskan melalui peran kontrol diri.<sup>56</sup>

Penelitian yang dilakukan peneliti mengeksplorasi dampak pendapatan orang tua, pengaruh teman sebaya, dan media sosial terhadap remaja penggemar game online. Di sisi lain, penelitian Fitriani lebih menekankan pengaruh lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif siswa SMA dengan memasukkan kontrol diri sebagai variabel mediasi. Meskipun mempertimbangkan pengaruh teman sebaya dalam konteks perilaku konsumtif, perbedaan utama terletak pada variabel independen yang menjadi fokus utama dan pendekatan khusus terhadap populasi remaja yang diteliti.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Nurlina dan Dr. Imam Sukwatus Suja'i M.Si dengan judul "Pengaruh Literasi Ekonomi dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IPS SMA Jawaahirul Hikmah Besuki - Tulungagung Tahun Pelajaran 2020/2021" dengan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara literasi ekonomi dan perilaku konsumtif secara parsial, dengan nilai t hitung sebesar 2.163 yang lebih besar daripada t tabel 2.006. Selain itu, terdapat pengaruh signifikan antara teman sebaya dan perilaku konsumtif secara parsial, ditunjukkan dengan nilai t hitung 2.832 yang juga lebih

---

<sup>56</sup> Fitriani, "Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Kontrol Diri Siswa Di Sma Ylpi Pekanbaru," *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)* 8, no. 1 (2020): 1–8, <https://doi.org/10.24127/pro.v8i1.2858>.

besar daripada t tabel 2.006. Secara simultan, literasi ekonomi dan teman sebaya juga memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai F hitung sebesar 14.424 yang lebih besar daripada F tabel 3.17. Persamaan regresi yang dihasilkan dari penelitian ini adalah  $Y = 21.410 + 0.303X_1 + 0.372X_2$ , yang menunjukkan kontribusi masing-masing variabel bebas terhadap perilaku konsumtif.<sup>57</sup>

Penelitian ini memiliki beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan, berjudul "Pengaruh Pendapatan dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pemain Games Online." Persamaannya terletak pada variabel teman sebaya, di mana kedua penelitian ini sama-sama meneliti bagaimana pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, kedua penelitian juga sama-sama berfokus pada perilaku konsumtif sebagai aspek utama yang diteliti.

Namun, terdapat perbedaan dalam hal subjek dan variabel lainnya. Penelitian Nurlina berfokus pada siswa kelas XI IPS di lingkungan pendidikan formal, sementara penelitian ini berfokus pada pemain games online, yang merupakan kelompok usia dan aktivitas yang berbeda. Perbedaan lainnya adalah variabel yang digunakan: Nurlina meneliti pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif, sedangkan peneliti meneliti pengaruh pendapatan. Oleh karena itu, meskipun kedua penelitian sama-sama mengkaji perilaku konsumtif dan pengaruh teman sebaya, konteks dan variabel yang digunakan dalam kedua penelitian tersebut berbeda, sesuai dengan karakteristik subjek masing-masing.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Novera Meredita dengan judul "Pengaruh Literasi Keuangan dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi di Universitas PGRI Semarang" dengan

---

<sup>57</sup> Nurlina and Imam Sukwatus Suja'i, "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IPS SMA Jawa Ahirul Hikmah Besuki - Tulung TahunPelajaran 2020/2021," *Humantech : Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia* 2, no. 1 (2022): 62–69.

hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif sebesar 4,67%. Selain itu, variabel teman sebaya juga mempengaruhi perilaku konsumtif meskipun lebih kecil, yakni sebesar 1,32%. Secara keseluruhan, literasi keuangan dan teman sebaya secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 44,1% terhadap perilaku konsumtif, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan ketika kedua variabel ini dikombinasikan dalam mempengaruhi perilaku konsumsi individu.<sup>58</sup>

Penelitian ini memiliki beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan berjudul "Pengaruh Pendapatan dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Pemain Games Online". Persamaan antara kedua penelitian ini terletak pada penggunaan variabel "teman sebaya" sebagai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Keduanya juga berfokus pada topik perilaku konsumtif, meskipun subjek yang diteliti berbeda, yakni mahasiswa pada penelitian Meredita dan pemain games online pada penelitian ini. Selain itu, kedua penelitian kemungkinan menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur pengaruh variabel-variabel independen terhadap perilaku konsumtif.

Perbedaannya terletak pada variabel independen lain yang digunakan. Pada penelitian Novera Meredita, variabel yang digunakan adalah "literasi keuangan" yang menekankan pada pengetahuan individu tentang pengelolaan keuangan. Sedangkan, penelitian ini menggunakan variabel "pendapatan" yang lebih berfokus pada jumlah uang yang dimiliki atau diterima individu. Selain itu, subjek penelitian juga berbeda, di mana Novera Meredita meneliti mahasiswa pendidikan ekonomi, sementara penelitian ini meneliti pemain games online, yang tentu memiliki

---

<sup>58</sup> Novera Meredita, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Di Universitas PGRI Semarang," *Seminar Nasional Ke-Indonesiaan 4* (2021): 313–23.

karakteristik perilaku konsumsi yang berbeda. Konteks perilaku konsumtif pada penelitian ini juga lebih spesifik, berfokus pada konsumsi yang terkait dengan game online, sedangkan penelitian Novera lebih umum dalam konteks konsumsi mahasiswa.

8. Perbandingan antara penelitian yang dilakukan oleh Hafizh Azmi Sudarta, Indra Siregar, dan Suri Purnami dengan judul "Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, dan Pergaulan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa" dengan Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan (X1), gaya hidup (X2), dan Pergaulan Teman Sebaya (X3), secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y). Hasil penelitian dari uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) menunjukkan bahwa variabel pendapatan, gaya hidup, dan pergaulan teman sebaya mempengaruhi perilaku konsumtif sebesar 75,6% sedangkan sisanya 24,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.<sup>59</sup>

Dalam penelitian yang peneliti lakukan yang berjudul "Pengaruh Pendapatan dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Pemain Games Online". Keduanya meneliti hubungan antara pendapatan dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif, namun terdapat perbedaan signifikan dalam subjek penelitian. Penelitian Hafizh dkk. fokus pada mahasiswa, sementara penelitian Anda menyoroti pemain games online. Dalam hal variabel independen, kedua penelitian mempertimbangkan pendapatan dan pengaruh teman sebaya, tetapi penelitian Hafizh dkk. juga menambahkan variabel gaya hidup, sedangkan penelitian Anda lebih fokus pada pendapatan dan teman sebaya.

Di sisi variabel dependen, kedua penelitian memiliki perilaku konsumtif sebagai fokus, tetapi penelitian Hafizh dkk. mengkaji perilaku

---

<sup>59</sup> Hafizh Azmi Sudarta, Indra Siregar, and Suri Purnami, "Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, Dan Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *Konsep Konferensi Nasional Social Dan Engineering Polmed* 3, no. 1 (2022): 53–63.

konsumsi mahasiswa secara umum, sedangkan penelitian ini lebih spesifik pada perilaku konsumtif dalam konteks pembelian barang atau layanan terkait games online. Tujuan dari kedua penelitian sama-sama untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif dalam kelompok yang berbeda, dengan penelitian Hafizh dkk. berfokus pada konsumsi mahasiswa, sementara penelitian ini lebih menekankan pada perilaku konsumtif pemain game. Kerangka teoretis juga mungkin berbeda, dengan peneliti menggunakan teori Keynes dan Fisher untuk menjelaskan perilaku konsumtif pemain game, sedangkan penelitian Hafizh dkk. mungkin menggunakan teori lain yang relevan dengan gaya hidup mahasiswa.

Konteks sosial dalam penelitian ini berkaitan dengan komunitas pemain game, sedangkan penelitian Hafizh dkk. lebih berhubungan dengan lingkungan sosial mahasiswa di kampus. Dalam hal metodologi, keduanya berpotensi menggunakan metode kuantitatif untuk menganalisis hubungan antar variabel, meskipun mungkin ada perbedaan dalam pengambilan sampel atau teknik pengumpulan data berdasarkan subjek yang berbeda. Secara keseluruhan, meskipun terdapat persamaan utama dalam variabel pendapatan, teman sebaya, dan fokus pada perilaku konsumtif, perbedaan terletak pada subjek penelitian, tambahan variabel, dan konteks sosial yang lebih spesifik.

9. Penelitian Sherlyna Cahyaningtyas dan Moh Gufron dengan judul "Pengaruh Pendapatan Orangtua dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung" dengan hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai  $(-0,089)$  lebih besar dari  $(1,67793)$  dan nilai signifikansi  $0,929$  lebih kecil dari  $0,05$ , yang mengindikasikan bahwa tidak ada pengaruh signifikan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Sebaliknya, nilai signifikansi  $(9,060)$  lebih besar dari  $(1,67793)$  dengan nilai  $0,000$  yang juga lebih kecil dari  $0,05$ ,

menunjukkan adanya pengaruh signifikan pendapatan orang tua terhadap perilaku konsumtif. Uji F menunjukkan nilai (63,079) yang lebih besar dari (2,80) dan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, yang berarti hasil tersebut signifikan. Selanjutnya, hasil analisis data yang diperoleh pada persamaan regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel koefisien, dengan persamaan  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$ , yaitu  $Y = 5,954 + (-0,017) + 0,949$ . Koefisien determinasi pada R-square dalam tabel ringkasan adalah 0,712 atau 71%, menunjukkan bahwa 71% perubahan variabel Y dipengaruhi oleh variabel X1 dan X2, sedangkan 29% dipengaruhi oleh faktor lain seperti akses modal, kepribadian, dan faktor-faktor lain yang tidak dapat disebutkan dalam penelitian ini.<sup>60</sup> Kedua penelitian ini memiliki beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan, yang berjudul "Pengaruh Pendapatan dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Pemain Games Online."

Keduanya meneliti perilaku konsumtif yang berkaitan dengan bagaimana individu menggunakan pendapatan mereka. Selain itu, kedua penelitian mempertimbangkan pendapatan sebagai salah satu variabel yang memengaruhi perilaku konsumtif, meskipun dalam penelitian Sherlyna dan Gufron, pendapatan yang dianalisis adalah pendapatan orang tua, sedangkan dalam penelitian ini, pendapatan yang dianalisis adalah pendapatan individu. Faktor sosial juga menjadi fokus dalam kedua penelitian, dengan gaya hidup sebagai faktor dalam penelitian Sherlyna dan Gufron, dan teman sebaya dalam penelitian ini. Namun, terdapat perbedaan yang signifikan di antara keduanya. Penelitian Sherlyna dan Gufron fokus pada mahasiswa pendidikan ekonomi, sedangkan penelitian ini lebih

---

<sup>60</sup> Sherlyna Cahyaningtyas and Moh Gufron, "Pengaruh Pendapatan Orangtua Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung," *Jurnal Economina* 2, no. 2 (2023): 423–32, <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.313>.

spesifik pada pemain games online. Variabel dependen juga berbeda, di mana penelitian Sherlyna dan Gufron menganalisis perilaku konsumtif mahasiswa secara umum, sementara penelitian ini lebih spesifik pada perilaku konsumtif dalam konteks bermain games online. Selain itu, aspek gaya hidup menjadi salah satu variabel dalam penelitian Sherlyna dan Gufron, sementara penelitian saya berfokus pada pengaruh teman sebaya, termasuk norma sosial dan tekanan teman sebaya dalam konsumsi game.

Dari segi metodologi, pendekatan yang digunakan dalam kedua penelitian dapat berbeda, bergantung pada tujuan penelitian dan alat pengumpulan data yang digunakan, seperti survei online untuk pemain games dalam penelitian saya dan pendekatan lebih tradisional untuk mahasiswa pendidikan ekonomi dalam penelitian Sherlyna dan Gufron. Dengan demikian, meskipun ada kesamaan dalam fokus pada perilaku konsumtif dan pengaruh pendapatan, penelitian ini memiliki perbedaan dalam konteks, variabel dependen, dan faktor-faktor yang dianalisis.

10. Kedua penelitian ini, yaitu yang dilakukan oleh Mica Siar Meiriza dkk. dengan judul "Pengaruh Pendapatan Perbulan Mahasiswa Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus) Di Fakultas Ekonomi UNIMED 2023" dengan Hasil penelitian menunjukkan adanya keterkaitan antara pendapatan siswa dan perilaku konsumtif mereka, di mana semakin tinggi pendapatan, semakin tinggi pula perilaku konsumtif. Selain pendapatan, faktor lain yang mempengaruhi konsumsi pelajar termasuk harga barang, kebutuhan, gaya hidup, ketersediaan barang, dan kebijakan pemerintah. Penelitian sebelumnya juga menemukan hubungan positif antara pendapatan dan pengeluaran mahasiswa. Kesimpulan dari jurnal ini adalah bahwa terdapat hubungan antara pendapatan mahasiswa dan perilaku konsumtif mereka di Fakultas Ekonomi UNIMED; semakin tinggi pendapatan siswa, semakin tinggi pula perilaku konsumtif mereka. Faktor lain seperti kelas sosial dan alokasi uang saku juga dapat mempengaruhi

perilaku konsumtif siswa. Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk menunjukkan hubungan antara pendapatan dan perilaku konsumtif, dengan temuan yang menunjukkan adanya hubungan linier yang signifikan antara pendapatan dan perilaku konsumtif.<sup>61</sup> Dan penelitian yang peneliti lakukan berjudul "Pengaruh Pendapatan Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pemain Games Online," memiliki beberapa persamaan dan perbedaan. Persamaannya terletak pada topik utama yang membahas pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif, di mana Mica Siar Meiriza dkk. fokus pada pendapatan per bulan mahasiswa, sedangkan penelitian ini meneliti pengaruh pendapatan secara umum. Keduanya melibatkan populasi mahasiswa dan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis data. Namun, terdapat perbedaan signifikan antara kedua penelitian ini. Pertama, variabel yang diteliti berbeda; Mica Siar Meiriza dkk. berfokus pada pengaruh pendapatan mahasiswa tanpa mempertimbangkan faktor lain, sementara penelitian ini juga mencakup pengaruh teman sebaya sebagai variabel tambahan yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Kedua, subjek penelitian berbeda, di mana penelitian Mica Siar Meiriza dkk. mengkaji mahasiswa di Fakultas Ekonomi UNIMED, sedangkan penelitian ini meneliti pemain games online yang kemungkinan lebih beragam dalam latar belakang. Ketiga, ruang lingkup penelitian juga berbeda; penelitian Mica Siar Meiriza dkk. terfokus pada perilaku konsumtif mahasiswa dalam konteks pengeluaran sehari-hari, sedangkan penelitian ini mengkaji perilaku konsumsi terkait permainan online. Dengan demikian, sementara penelitian Mica Siar Meiriza dkk. memberikan fokus yang lebih sempit pada pengaruh pendapatan, penelitian

---

<sup>61</sup> Mica Siar Meiriza et al., "Pengaruh Pendapatan Perbulan Mahasiswa Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus) Di Fakultas Ekonomi UNIMED 2023," *Future Academia: The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced* 2, no. 3 (2024): 192–99, <https://doi.org/10.61579/future.v2i3.133>.

ini menambahkan dimensi sosial dengan mempertimbangkan pengaruh teman sebaya, memberikan pandangan yang lebih holistik terhadap faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif.

11. Penelitian yang dilakukan oleh Agata Safira Rahma Dany dan Ari Susanti dengan judul "Pengaruh Pendapatan, Literasi Keuangan, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Surakarta" dengan Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan dan kontrol diri pada mahasiswa berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, sementara literasi keuangan tidak memberikan dampak yang signifikan. Mahasiswa dengan pendapatan yang lebih tinggi cenderung lebih mampu membeli barang-barang atau layanan yang mungkin tidak diperlukan, menunjukkan bahwa semakin besar pendapatan, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif. Selain itu, kontrol diri yang baik juga terbukti berperan dalam menahan dorongan untuk melakukan pembelian impulsif, di mana mahasiswa dengan kontrol diri yang rendah lebih rentan terhadap perilaku konsumtif. Di sisi lain, literasi keuangan, meskipun penting, tidak cukup kuat untuk mempengaruhi perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa mungkin memiliki pengetahuan tentang cara mengelola uang, faktor pendapatan dan kemampuan mengendalikan diri lebih dominan dalam menentukan keputusan konsumtif mereka,<sup>62</sup> memiliki beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan berjudul "Pengaruh Pendapatan dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Pemain Games Online".

Kedua penelitian memiliki kesamaan dalam membahas topik perilaku konsumtif, di mana keduanya berusaha mengungkap faktor-faktor

---

<sup>62</sup> Agata Safira Dany Rahma and Ari Susanti, "Pengaruh Pendapatan, Literasi Keuangan Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Surakarta," *Peran Kepuasan Nasabah Dalam Memediasi Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah* 2, no. 3 (2023): 310–24, <https://bnr.bg/post/101787017/bsp-za-balgaria-e-pod-nomer-1-v-buletinata-za-vota-gerb-s-nomer-2-pp-db-s-nomer-12>.

yang memengaruhi pola konsumsi individu. Selain itu, kedua penelitian menggunakan pendapatan sebagai variabel independen yang dianggap memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif, menunjukkan bahwa kondisi finansial merupakan elemen penting dalam menentukan pengeluaran individu.

Namun, terdapat perbedaan signifikan antara kedua penelitian ini. Penelitian Agata Safira Rahma Dany dan Ari Susanti berfokus pada mahasiswa di Surakarta, sedangkan penelitianmu menargetkan pemain games online, yang memiliki karakteristik berbeda dalam pola konsumsi. Selain itu, penelitian Agata memasukkan literasi keuangan dan kontrol diri sebagai variabel independen tambahan yang tidak ada dalam penelitianmu. Di sisi lain, penelitianmu menyoroti pengaruh teman sebaya sebagai variabel penting yang memengaruhi perilaku konsumtif, yang tidak terdapat dalam penelitian Agata. Fokus tematik penelitian Agata lebih kepada pengaruh faktor internal seperti pemahaman keuangan dan kemampuan individu dalam mengontrol dorongan konsumtif, sementara penelitianmu menekankan pada pengaruh sosial melalui interaksi dengan teman sebaya di komunitas game.

Perbedaan lain juga terlihat pada konteks perilaku konsumtif yang diteliti. Penelitian Agata lebih bersifat umum terhadap pengeluaran mahasiswa, sedangkan penelitianmu lebih spesifik pada pengeluaran yang terkait dengan permainan online, seperti pembelian item atau fitur dalam game. Selain itu, setting penelitian Agata yang berlokasi di Surakarta menekankan konteks geografis tertentu, sedangkan penelitianmu mungkin lebih fleksibel dalam lingkungannya, tergantung pada komunitas game yang kamu teliti. Secara keseluruhan, perbedaan utama terletak pada variabel independen, populasi yang diteliti, dan fokus perilaku konsumtif yang diangkat dalam kedua penelitian.

### C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini antara lain:

Ha1: Diduga pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar games online di kota Manado.

Ha2: Diduga teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar games online di kota Manado.

Ha3: Diduga pendapatan dan teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar games online di kota Manado.

Ho1: Diduga pendapatan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar games online di kota Manado.

Ho2: Diduga teman sebaya tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar games online di kota Manado.

Ho3: Diduga pendapatan dan teman sebaya tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar games online di kota Manado.

### BAB III METODE PENELITIAN

#### A. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di kota Manado dalam waktu 3 bulan, yaitu dari bulan Januari sampai bulan Juni-Agustus 2024.

Kegiatan	Tahun 2024																			
	Mei				Juni				Juli				Agustus				September			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Studi Pendahuluan																				
Penyusunan Proposal																				
Seminar Proposal																				
Perbaikan																				
Analisis Instrumen Penelitian																				
Penelitian																				
Pengumpulan Data																				
Pengelolaan Data																				
Penyusunan Laporan Akhir																				

#### B. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Metode penelitian kuantitatif lebih menuju kepada aspek pengukuran yang dilakukan secara objektif terhadap fenomena sosial. Metode kuantitatif juga dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, metode ini sebagai metode ilmiah/*scientific* karena telah

memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis.

Metode ini juga disebut dengan metode *discovery*, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.<sup>63</sup>

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>64</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah pemain game online yang secara aktif dan intens memainkan game online di Kota Manado, khususnya di beberapa kecamatan yang memiliki konsentrasi tinggi pemain game online. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari individu yang berusia 16 tahun ke atas. Eveline Crone mengatakan bahwa perubahan otak remaja, khususnya pada rentang usia 10 hingga 25 tahun, di mana perkembangan kognitif dan emosional memiliki pengaruh besar terhadap kemampuan berpikir rasional dan pengambilan keputusan. Pada usia 16 tahun, area *prefrontal cortex*, yang berfungsi dalam pengendalian impuls, perencanaan, dan pemikiran logis, masih berkembang, namun mulai lebih matang dibandingkan dengan masa kanak-kanak.<sup>65</sup>

#### 2. Sampel

Sampel dalam penelitian ini mengacu pada suatu bagian dari jumlah dan karakteristik populasi.<sup>66</sup> Jumlah sampel pada penelitian mengenai

---

<sup>63</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2018).

<sup>64</sup> Sugiyono.

<sup>65</sup> Eveline Crone, A, *The Adolescent Brain: Changes in Learning, Decision Making and Social Relations* (London: Routledge, 2016).

<sup>66</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018).

pemain game online dihitung menggunakan rumus Lemeshow. Rumus Lemeshow dapat dijabarkan sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \times P(1 - P)}{e^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sample

$Z^2_{1-\alpha/2}$  : derajat kepercayaan 95% ( $\alpha = 0,05$ ) sehingga diperoleh ( $Z = 1,96$ )

P : perkiraan proporsi 50% (0,5)

e : Sampling error 14% (0,14)

Berdasarkan rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5)}{0,14^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,0196}$$

$$n = 49$$

Agar penelitian ini lebih memadai, penelitian akan dilakukan dengan sampel sebanyak 60 orang. Pemilihan jumlah sampel yang dibulatkan ke 60 dilakukan untuk meminimalkan risiko jika terdapat kuesioner dengan data yang tidak valid, dan untuk memudahkan proses pengolahan data.

Johnnie Daniel menyebutkan bahwa ukuran sampel bisa ditingkatkan untuk mempertimbangkan aspek validitas, terutama jika ada risiko ketidakvalidan data atau faktor non-respons. Pembulatan ke jumlah sampel yang lebih besar sering kali dilakukan dalam pendekatan nonprobabilitas, di mana pedoman seperti "*rule of thumb*" (aturan praktis)

dapat digunakan untuk mencapai ukuran sampel yang dianggap cukup representatif.<sup>67</sup>

Selain itu, prinsip dasar dari pembulatan ini adalah untuk menjaga keandalan hasil, terutama saat ukuran sampel awal hanya mendekati batas minimal. Pembulatan seperti dari 49 ke 60 dalam konteks ini dapat diterima jika dilakukan untuk mengantisipasi penurunan jumlah data valid atau drop-out dari responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik non probability sampling, khususnya purposive sampling. Purposive sampling menurut Sugiyono, merupakan teknik penentuan sampel yang didasarkan pada pertimbangan atau kriteria tertentu yang telah dirumuskan oleh peneliti.<sup>68</sup> Kriteria dalam penelitian ini adalah individu yang bermain game online secara intens dan lebih berfokus pada individu yang berada dalam komunitas game.

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data, dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrumen angket (kuesioner). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.<sup>69</sup>

#### E. Skala Pengukuran

Skala pengukuran dalam penelitian ini adalah skala likert, skala ini digunakan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan pada angket penelitian.

---

<sup>67</sup> Johnnie Daniel, "Choosing the Size of the Sample," *Sampling Essentials: Practical Guidelines for Making Sampling Choices*, 2014, 236–53, <https://doi.org/10.4135/9781452272047.n7>.

<sup>68</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

<sup>69</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*.

Skala likert merupakan suatu alat ukur persetujuan atau ketidak setujuan responden terhadap serangkaian pertanyaan yang mengukur suatu objek.<sup>70</sup>

Skala likert yang digunakan adalah skala lima dengan kategori sebagai berikut:

Skor 1 = Sangat tidak setuju

Skor 2 = Tidak setuju

Skor 3 = Kurang setuju

Skor 4 = Setuju

Skor 5 = Sangat setuju

#### F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Terdapat dua macam statistik yang digunakan untuk analisis data dalam penelitian, yaitu:

##### 1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptis adalah metode yang berkaitan dengan pengumpulan dan penyajian suatu gugus data sehingga memberikan informasi yang berguna. Statistika deskriptif hanya memberikan informasi mengenai data yang dipunyai dan sama sekali tidak menarik kesimpulan apapun tentang gugus induknya yang lebih besar.

##### 2. Statistik Inferensial.

Dalam penelitian ini, analisis data yang digunakan yaitu statistik inferensial. Statistik inferensial, (sering disebut statistik *induktif* atau statistik *probabilitas*), adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Statistik ini akan cocok digunakan bila sampel diambil dari populasi

---

<sup>70</sup> Sani Achmad and Masyuri Machfudz, *Metodologi Riset Sumber Daya Manusia* (Malang: Maliki Press, 2010).

yang jelas, dan teknik pengambilan sampel dari populasi itu dilakukan secara random.<sup>71</sup>

## G. Uji Validitas dan Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Pengujian dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan mengukur apa yang perlu diukur. Suatu alat ukur yang validitasnya tinggi akan mempunyai tingkat kesalahan kecil, sehingga data yang terkumpul merupakan data yang memadai. Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Hasil instrument disebut valid jika data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Kuisisioner valid jika nilai korelasi R-hitung  $>$  R-tabel.<sup>72</sup>

### 2. Uji Reliabilitas

Sebuah alat ukur atau pertanyaan dalam angket dikategorikan reliabel (andal), jika alat ukur yang digunakan dapat mengukur secara konsisten atau stabil meskipun pertanyaan tersebut diajukan dalam waktu yang berbeda. Uji reliabilitas dilakukan terhadap butir pertanyaan atau pertanyaan yang sudah valid. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama. Teknik pengujian reliabilitas ini menggunakan Teknik analisis yang sudah dikembangkan oleh *Alpha Cronbach*. Pada uji reliabilitas ini,  $\alpha$  dinilai reliabel jika lebih besar dari 0,6.<sup>73</sup>

---

<sup>71</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*.

<sup>72</sup> Sugiyono.

<sup>73</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan SPSS* (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2005).

## H. Uji Asumsi Klasik

Dalam menganalisis permasalahan yang diteliti, maka akan dilakukan analisis secara kuantitatif, penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data yang berupa angka. Data yang berupa angka tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah dibalik angka-angka tersebut.

Fungsi regresi berkaitan erat dengan uji korelasi. Karena uji korelasi ini merupakan kelanjutan uji korelasi. Uji regresi memiliki fungsi untuk memprediksi atau meramalkan besarnya nilai variabel  $y$  bila nilai variabel  $x$  ditambah berapa kali. Untuk dapat melakukan uji regresi, tentu saja terlebih dahulu harus melakukan uji korelasi. Namun apabila kita melakukan uji korelasi, belum tentu melakukan uji regresi.<sup>74</sup>

Agar dapat diperoleh nilai pemikiran yang tidak biasa dan efisien dari persamaan regresi, maka dalam analisis data harus memenuhi beberapa asumsi klasik sebagai berikut:

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti berdistribusi normal atau tidak.

### 2. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas pertama kali dikemukakan oleh Ragner Frish. Frish menyatakan multikolinier adalah adanya lebih dari satu hubungan linier yang sempurna, maka koefisien regresi dari variabel bebas tidak dapat ditentukan dan standar errornya tidak terhingga.

---

<sup>74</sup> Nanang, Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali pers, 2010), h.163.

### 3. Uji Heteroskedisitas

Uji asumsi ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lain.

### 4. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan.

#### I. Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda yaitu suatu metode statistik umum yang digunakan untuk meneliti hubungan variabel independen (x) dengan variabel dependen (y). Persamaan regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 = \dots + b_nX_n$$

Y = variabel dependen

a = konstanta/nilai Y jika X = 0

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> = koefisien ke arah regresi yang menyatakan perubahan nilai Y apabila terjadi perubahan nilai X

X<sub>1</sub> = variabel independen 1

X<sub>2</sub> = variabel independen 2.<sup>75</sup>

#### J. Uji-T

Uji-t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel atau dengan melihat kolom signifikan pada masing-masing t-hitung.

---

<sup>75</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 192.

#### K. Uji-F

Uji-f dilakukan untuk melihat bagaimana pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan. Uji-f dapat dilakukan dengan membandingkan f-hitung dengan f-tabel, jika  $f\text{-hitung} > f\text{-tabel}$  atau jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.



## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Sani, and Masyuri Machfudz. *Metodologi Riset Sumber Daya Manusia*. Malang: Maliki Press, 2010.
- Amaliya, Luthfatul. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya Dan Status Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa.” *Economic Education Analysis Journal*, 2017.
- Arifin, Samsul, Bambang. *Psikologi Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2018.
- Asiah, Nur. “Masalah Menurut Konsep Imam Al Ghazali.” *Diktum: Jurnal Syariah Dan Hukum* 18, no. 1 (2020): 118–28.
- Biro Pusat Statistik. *Statistik Sosial Dan Kependudukan Jawa Tengah*. Jakarta: PS, 2015.
- Boediono. *Pengantar Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Cahyaningtyas, Sherlyna, and Moh Gufron. “Pengaruh Pendapatan Orangtua Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung.” *Jurnal Economina* 2, no. 2 (2023): 423–32. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.313>.
- Crone, A, Eveline. *The Adolescent Brain: Changes in Learning, Decision Making and Social Relations*. London: Routledge, 2016.
- Daniel, Johnnie. “Choosing the Size of the Sample.” *Sampling Essentials: Practical Guidelines for Making Sampling Choices*, 2014, 236–53. <https://doi.org/10.4135/9781452272047.n7>.
- Danim, Sudarwan, and Khairil. *Profesi Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Dany Rahma, Agata Safira, and Ari Susanti. “Pengaruh Pendapatan, Literasi Keuangan Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Surakarta.” *Peran Kepuasan Nasabah Dalam Memediasi Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah* 2, no. 3 (2023): 310–24. <https://bnr.bg/post/101787017/bsp-za-balgaria-e-pod-nomer-1-v-buletinata-za-vota-gerb-s-nomer-2-pp-db-s-nomer-12>.
- Fauzi, Irfan. “Pengaruh Pendapatan Orang Tua Dan Lingkungan Sosial Terhadap

- Literasi Keuangan Dan Implikasinya Terhadap Perilaku Konsumtif,” 2021.
- Fitriani. “Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Kontrol Diri Siswa Di Sma Ylpi Pekanbaru.” *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)* 8, no. 1 (2020): 1–8. <https://doi.org/10.24127/pro.v8i1.2858>.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2005.
- Halim, Verina, and Shasti Ayudya. “Perilaku Konsumtif Generation Y Untuk Produk Fashion.” *Jurnal Bisnis Indonesia* 4, no. 3 (2017): 376.
- Hanun, Nurlaila. “Pengaruh Pendapatan, Jumlah Tanggungan Keluarga Dan Pendidikan Terhadap Pola Konsumsi Rumah Tangga Nelayan Di Desa Seuneubok Rambong Aceh Timur.” *Jurnal Samudra Ekonomika* 2, no. 1 (2018): 75–84.
- Hurbania, Iftita. “Pengaruh Media Sosial Instagram, Teman Sebaya, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas X SMAN 1 Tanjung Bumi.” *Perpustakaan STKIP PGRI Bangkalan*, 2021, 1–11. <http://repo.stkipgri-bkl.ac.id/id/eprint/1181>.
- Joharelita, Masita. “Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Sma Negeri 1 Jawai” 6, no. 8 (2017): 1–9.
- Khaerunnisa, A. “Pengaruh Pendapatan Orang Tua Dan Pergaulan Terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi Milenial Di Kota Makassar Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderating,” 2021. <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/id/eprint/20167>.
- Lumingkewas, and Valen Abraham. “Pengakuan Pendapatan Dan Beban Atas Laporan Keuangan Pada Pt. Bank Sulut.” *Jurnal EMBA* 1, no. 3 (2013): 103–27.
- Maharani, Asita Salsabilla, Wira Fimansyah, and Daud Daud. “Pengaruh Game Online Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Di Desa Tebel Kabupaten Sidoarjo.” *Buddayah : Jurnal Pendidikan Antropologi* 4, no. 1 (2022): 29. <https://doi.org/10.24114/bdh.v4i1.35639>.
- Maryam, Effy Wardati. *Psikologi Sosial Penerapan Dalam Permasalahan Sosial. Psikologi Sosial Penerapan Dalam Permasalahan Sosial*. Siduarjo: UMSIDA

- Press, 2019. <https://doi.org/10.21070/2019/978-602-5914-69-0>.
- Meiriza, Mica Siar, Brigita Zai, Cornelia Aginta Br Sembiring, Jonathan Brando Saragi, and Maya Sentia Anjelika Tampubolon. "Pengaruh Pendapatan Perbulan Mahasiswa Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus) Di Fakultas Ekonomi UNIMED 2023." *Future Academia : The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced* 2, no. 3 (2024): 192–99. <https://doi.org/10.61579/future.v2i3.133>.
- Meredita, Novera. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Di Universitas PGRI Semarang." *Seminar Nasional Ke-Indonesiaan 4* (2021): 313–23.
- Murniatiningsih, Endah. "Pengaruh Literasi Ekonomi Siswa, Hasil Belajar Ekonomi, Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Smp Negeri Di Surabaya Barat." *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan* 5, no. 1 (2017): 127. <https://doi.org/10.26740/jepk.v5n1.p127-156>.
- Mustomi, Dede, and Aprilia Puspasari. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *CERMIN: Jurnal Penelitian* 4, no. 1 (2020): 133. [https://doi.org/10.36841/cermin\\_unars.v4i1.496](https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v4i1.496).
- Nugroho Wijaya, Akbar, and Dini Turipanam Alamanda. "Kajian Teori Nilai Konsumsi Terhadap Pembelian Barang Virtual Pada Game Online Moba the Study of Theory of Consumer Value Towards the Purchase of Virtual Goods in Online Games Moba" 3, no. 1 (2021): 165–75.
- Nurlina, and Imam Sukwatus Suja'i. "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IPS SMA Jawa Ahirul Hikmah Besuki - Tulung Tahun Pelajaran 2020/2021." *Humantech : Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia* 2, no. 1 (2022): 62–69.
- Nuzuli, Ahmad Khairul. "Faktor Yang Memengaruhi Efektivitas Komunikasi Antar Pemain Game Online PUBG." *Jurnal Komunikasi Global* 9, no. 1 (2020): 20–41. <https://doi.org/10.24815/jkg.v9i1.15775>.
- Pujoharso, Cahyo. "Aplikasi Teori Konsumsi Keynes Terhadap Indonesia." *Jurnal*

- Ilmiah Universitas Brawijaya Malang*, 2013.
- Pulungan, Delyana Rahmawaty, and Hastina Febriaty. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.” *Jurnal Riset Sains Manajemen* 2, no. 3 (2018): 1–8. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>.
- Rachman, M A, and M L Ghozali. “Studi Fenomenologi: Perilaku Konsumtif Game Online Pada Remaja Di Kelurahan Siwalankerto Kota Surabaya Perspektif Masalah.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 2 (2023): 1698–1704. <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/7912>.
- Rahardja, P, and M Manurung. *Teori Ekonomi Makro*. 4th ed. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2008.
- Rizky D P S, Steven R Sentinuwo, and Sary D E Paturusi. “Millenial Generation Financial Management Application Using Kakeibo Method Android-Based.” *Jurnal Teknik Informatika* 16, no. 3 (2021): 243–52. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/informatika/article/view/34435>.
- Sagara, Satria, and Achmad Mujab Masykur. “Gambaran Online Gamer.” *Jurnal EMPATI* 7, no. 2 (2018): 418–24. <https://doi.org/10.14710/empati.2018.21716>.
- Salaa, Jeiske. “Peran Ganda Ibu Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Di Desa Tarohan Kec. Beo, Kab. Kepulauan Talaud.” *Jurnal Holistik* 8, no. 15 (2015): 254–65.
- Sari, Mirta. “Peran Teman Sebaya Dalam Membentuk Kepribadian Siswa MI Ma’arif Singosaren Ponorogo.” Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2019.
- Sari, Misda. “Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Kontrol Diri Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas Islam Riau,” 2019.
- Sari, Ratna. “Hubungan Pendapatan Orang Tua Siswa Dengan Hasil Belajar IPS Di SDN Gugus 4 Sukowati Kabupaten Sragen.” Universitas Negeri Semarang, 2016.
- Semiawan, Cony. *Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: Depdikbud, 2018.
- Sipunga, Puspita Nilawati, and Amri Hana Muhammad. “Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja Ditinjau Dari Pendapatan Orang Tua Pada Siswa-Siswi SMA

- Kesatrian 2 Semarang” 3, no. 1d (2014): 62–68.
- Sudarta, Hafizh Azmi, Indra Siregar, and Suri Purnami. “Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, Dan Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.” *Konsep Konferensi Nasional Social Dan Engineering Polmed* 3, no. 1 (2022): 53–63.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sukirno, Sadono. *Pengantar Teori Makro Ekonomi*. Jakarta: Grafindo Persada, 2002.
- Sulistyawati, Indri Marlina. “Pengaruh Teman Sebaya, Penggunaan Media Sosial, Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Jurusan Ips Di Sma Kesatrian 1 Semarang.” Universitas Negeri Semarang, 2019.
- Susanti, Susi. “Pengaruh Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan Pontianak.” *Jurnal Untan*. Universitas Tanjungpura, 2016.
- Suwarti, S R I. “Pengaruh Status Sosial Ekonomi OrangTua Dan Kelompok Pertemanan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palangkaraya.” IAIN Palangkaraya, 2022.
- Syahputra, Ulfah, Aina. “Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 1 Krueng Barona Jaya.” UIN Ar-Raniry, 2022.
- Syukri, Adya Utami, and Rahmatia Rahmatia. “Determinan Pola Konsumsi Mahasiswa Yang Bekerja Di Stie Tri Dharma Nusantara.” *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo* 6, no. 1 (2020): 1–11. <https://doi.org/10.35906/jep01.v6i1.460>.
- Ulfa, Mimi. “Pengaruh Kecanduan Game Online Terhadap Perilaku Remaja Di Mabes Game Center Jalan HR. Subrantas Kecamatan Tampan Pekanbaru.” *Jom. Fisip* 4, no. 1 (2017): 1–13.
- Utami, Ela. “Pengaruh Media Sosial, Instagram, Kelompok Teman Sebaya, Literasi Ekonomi, Dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XII IPS SMA

- Negeri 13 Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2018/2019.” Universitas Lampung, 2019.
- Yuliana. “Pengaruh Pendapatan Orang Tua Dan Motivasi Belajar Terhadap Prestasi Belajar Siswa Pada Pembelajaran Akuntansi Kelas Xii Iis Di Sma Negeri 5 Wajo.” *Eprints Universitas Negeri Makassar*, 2019. <http://eprints.unm.ac.id/15151/>.
- Yunalia, Mei, Endang. *Remaja Dana Konformitas Teman Sebaya*. Malang: Ahimedia Press, 2017.
- Yuniarti. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Pustaka Setia, 2018.
- Zulfa Rahma, Aulia, and Bambang Diby Wiyono. “Studi Tentang Perilaku Konsumtif Siswa Yang Kecanduan Drama Korea Di Sman 1 Manyar Gresik.” *Jurnal BK UNESA* 11, no. 2 (2020): 230–39. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-bk-unesa/article/view/33269>.

