

PENGARUH LITERASI EKONOMI DAN TEMAN SEBAYA TERHADAP
PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA PADA MAHASISWA
PENDIDIKAN EKONOMI FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI MEDAN

¹⁾ Indra Maipita, ²⁾ Finie Amma Suandiny Hasri

*Korespondensi: finieammasuandinyhasri@gmail.com

¹⁾Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

²⁾Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

ABSTRACT

The problem in this research is the high of consumption behavior toward the fashion goods (non lecture) on the student of Economic Education 2014 Faculty of Economics, State University of Medan. Penelitian to know the influence of economic literacy and peers either individually or collectively to the consumption behavior for fashion products on the students of Economic Education Faculty of Economics, State University of Medan. This type of research is *expost facto*. The population in this study was 126 students. Samples were 96 students with Cluster Random Sampling technique. Data collection techniques used are using tests and questionnaires. Before use the questionnaire is tested first. From the test results obtained that the questionnaire is valid and reliable. Then the data collected from the questionnaire were analyzed using multiple linear regression. From the analysis results obtained that partially economic literacy has a negative and significant effect on student consumption behavior where $t_{hitung} > t_{table}$ is $3.182 > 1.985$ with sig $0.000 < 0,05$ and peers have a positive and significant influence on student consumption behavior where $t_{hitung} > t_{table}$ that is $7,347 > 1,985$ with value of sig $0,000 < 0,05$. The results obtained from the F test showed that the economic literacy variables simultaneously have a positive and significant influence on the consumption behavior of students at a significant level of 95%, where the value $F_{count} > F_{table}$ is $38.684 > 3.09$ with a significant value of $0.000 < 0.05$. Results of multiple regression calculations seen from the output SPSS Version 20.00 obtained $Y = 39.357 - 0.160X_1 + 0.610X_2$. The result of coefficient determination as a whole is 45,4%, while the rest 54,6% influenced by other variables outside this research.

Keywords: Economic Literacy, Peers, Consumption Behavior

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi dan teman sebaya baik secara sendiri-sendiri maupun secara bersama-sama terhadap perilaku konsumsi untuk produk *fashion* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Jenis penelitian ini adalah *expost facto*. Populasi dalam penelitian ini adalah 126 orang mahasiswa. Sampel sebanyak 96 orang mahasiswa dengan teknik *Cluster Random Sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan tes dan angket. Sebelum digunakan angket tersebut diuji terlebih dahulu. Dari hasil pengujian diperoleh bahwa angket tersebut valid dan reliable. Kemudian data yang terkumpul dari hasil angket dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Dari hasil analisis diperoleh bahwa secara parsial literasi ekonomi memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,182 > 1,985$ dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ dan teman sebaya memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $7,347 > 1,985$ dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Hasil yang diperoleh dari uji F menunjukkan bahwa variabel literasi ekonomi secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa pada taraf signifikan 95%, dimana nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $38,684 > 3,09$ dengan nilai signifikan yaitu $0,000 < 0,05$. Hasil perhitungan regresi berganda yang dilihat dari output SPSS Versi 20.00 diperoleh $Y = 39,357 - 0,160X_1 + 0,610X_2$. Hasil koefisien determinasi secara keseluruhan sebesar 45,4%, sedangkan sisanya 54,6% dipengaruhi variabel-variabel lain di luar penelitian ini.

Kata-kata Kunci: Literasi Ekonomi, Teman Sebaya, Perilaku Konsumsi

PENDAHULUAN

Menurut Juliana (2013) manusia mempunyai naluri untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, dari manusia dilahirkan manusia sudah memiliki keinginan untuk memenuhi kebutuhannya dengan berbagai cara. Usaha manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya yang kita kenal dengan konsumsi sudah mengalami perkembangan, karena kebutuhan tersier yang bersifat hiburan sudah bergeser menggantikan kebutuhan primer (Murniatiningsih, 2017).

Berdasarkan hasil observasi awal 20 mahasiswa di Program Studi Pendidikan Ekonomi 2014 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan diperoleh data pengeluaran mahasiswa untuk barang non perkuliahan lebih besar dibandingkan pengeluaran untuk barang perkuliahan. Pada tabel 1.1 ditunjukkan pengeluaran mahasiswa untuk barang perkuliahan dan barang non perkuliahan sebagai berikut :

Kategori Pengeluaran Mahasiswa	Perkuliahan		Non Perkuliahan	
	Jumlah	%	Jumlah	%
< Rp. 250.000	12	60%	-	-
Rp. 250.000 – 500.000	5	25%	15	75%
> Rp. 500.000	3	15%	5	25%

Menurut pengamatan yang dilakukan terdapat beberapa mahasiswa yang ada di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan yang hampir setiap bulan mahasiswa mempunyai barang *fashion* yang baru, baik itu tas, baju, rok, celana, sepatu, sandal, aksesoris maupun alat *make up*. Pada kenyataannya mayoritas dari mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi belum memiliki penghasilan atau

dapat dikatakan mayoritas dari mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi mendapatkan pemasukan keuangannya dari orang tua mereka. Beberapa orang mahasiswa mengakui bahwa setiap bulan cenderung menyisihkan sebagian uang untuk membeli produk *fashion* yang akan menunjang penampilannya di kampus.

Slamet Santosa (2006: 82) menyatakan bahwa anak tumbuh dan berinteraksi dalam dua dunia sosial yaitu dunia orang dewasa dan dunia sebayanya (peer group). Remaja lebih sering ikut-ikutan teman, tidak realistis dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya. Beberapa mahasiswa mengaku membeli produk *fashion* itu mengaku bahwa mereka sering membeli produk *fashion* karena temannya juga membeli produk *fashion* yang sama atau mendapatkan informasi produk *fashion* itu dari temannya yang juga menggunakan produk tersebut. Fenomena ini sesuai dengan apa yang dikatakan Lusardi (dalam Pratiwi, 2017) bahwa teman sebaya (peer) merupakan salah satu kunci dalam pemberian informasi sekaligus pertimbangan dalam pengambilan keputusan dalam pembelian produk.

Terkait dengan perilaku konsumsi manusia, Thohir, dkk (2016) menyatakan bahwa pendidikan sebagai suatu yang diharapkan mampu membuka cara berpikir ekonomis dalam arti mampu mengembangkan potensi yang ada untuk memperoleh hasil semaksimal mungkin. Dalam pendidikan kita melakukan proses belajar. Menurut Nidawati (2013) belajar merupakan suatu perubahan dalam tingkah laku menuju perubahan tingkah laku yang baik, dimana perubahan tersebut terjadi melalui latihan atau pengalaman. Pendidikan merupakan suatu proses yang mengakibatkan terjadinya perubahan-perubahan dalam perilaku. Dengan kata lain orang yang dianggap belajar adalah orang yang menunjukkan perubahan-perubahan tingkah laku dalam hidupnya (Juliana, 2013)

Dilihat dari hasil pra riset yang dilakukan, nilai matakuliah yang berhubungan dengan literasi ekonomi masih dikategorikan baik yaitu kisaran nilai 80-90 dan ini belum memuaskan dikarenakan masih dibawah dari 50% yang memperoleh nilai sangat baik yaitu kisaran 91-100. Ini pada berdampak pada tingkat konsumsi mahasiswa sesuai dengan penjelasan teori diatas.

Berdasarkan ulasan latar belakang masalah di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui perilaku konsumsi produk *fashion* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Selanjutnya penelitian ini dituangkan dalam bentuk skripsi berjudul **“Pengaruh Literasi Ekonomi dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumsi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan”**

TINJAUAN TEORITIS Perilaku Konsumsi

Menurut Swasta dan Handoko (dalam Wahyuni, 2016), perilaku konsumsi merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Perilaku konsumsi menurut Handoko (dalam Wulandari, 2011) tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan suatu barang atau jasa termasuk proses keputusan yang mendahului yang mengikuti tindakan ini. Sedangkan menurut Mangkunegara (dalam Prasastianta, 2011), perilaku konsumsi merupakan proses pengambilan keputusan dalam menilai, mendapatkan, menggunakan atau mngabaikan barang-barang dan jasa-jasa sesuai kebutuhan.

Menurut Schiffman dan Kanuk (dalam Suryani, 2008 : 6) bahwa perilaku konsumen merupakan studi yang mengkaji bagaimana individu membuat keputusan membelanjakan sumberdaya yang tersedia dan dimiliki (waktu, uang dan usaha). Dalam hal ini Schiffman dan Kanuk

berpendapat bahwa perilaku konsumen adalah sesuatu ilmu sedang dan telah dikaji tentang bagaimana seorang individu menggunakan uangnya untuk membelanjakan sesuatu yang berguna dalam kehidupan individu yang dapat melangsungkan kehidupannya. Sedangkan Loudon dan Bitta (dalam Suryani, 2008 : 7) menjelaskan bahwa perilaku konsumen mencakup proses pengambilan keputusan dna kegiatan yang dilakukan konsumen secara fisik dalam pengevaluasian, perolehan penggunaan atau mendapatkan barang dan jasa. Jadi, di dalam menganalisis perilaku konsumen tidak hanya menyangkut faktor-faktor yang mempengaruhi pengmabilan keputusan kegiatan saat pembelian, akan tetapi juga meliputi proses pengambilan keputusan yang menyertai pembelian (Suryani, 2008 :7).

Literasi Ekonomi

Sosialisasi literasi ekonomi pertama kali diperkenalkan oleh Dewan Nasional Pendidikan Ekonomi Amerika Serikat atau lebih dikenal dengan NCEE (The National Council on Economic Education). Menurut NCEE (2005), bahwa literasi ekonomi adalah suatu kondisi yang menggambarkan seseorang dapat memahami permasalahan dasar ekonomi secara baik, sehingga dapat melakukan kegiatan ekonomi dengan benar” (dalam Murniatiningsih, 2017). Peter Sina (dalam Murniatiningsih, 2017) mengatakan bahwa literasi ekonomi merupakan pemahaman seseorang yang terkristalkan dalam membuat pilihan yang cerdas terkait alokasi sumber daya. Adanya pemahaman dalam membuat pilihan yang cerdas dalam mengelola sumber daya alam inilah yang dapat meningkatkan kualitas hidup seseorang. Dilanjutkan oleh Sina dalm artikelnya dalam Kompasiana edisi 01 Mei 2012 definisi Literasi menurut *Collins Dictionary and Thesaurus* bahwa literasi berarti kemampuan membaca, menulis, pendidikan, pembelajaran dan pengetahuan. Bahwa dalam mengelola sumber daya alam kita dituntut untuk memiliki kemampuan

dalam pendidikan dan pengetahuan yang menuntun kita dalam proses belajar yang dengan tujuannya untuk mengeolah sumber daya alam yang terbatas serta bijak dalam menentukan pilihan.

Dari pendapat diatas dapat kita tarik kesimpulannya bahwa literasi ekonomi adalah suatu pemahaman, pengetahuan serta pendidikan dan pengetahuan yang didalamnya ada hasil dari belajar yang dapat membuat kita cerdas dalam mengelolah sumber daya yang ada serta dapat membuat kita berpikir kritis dalam menentukan pilihan kebutuhan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan kesejahteraan hidup seseorang yang tinggal di muka bumi ini.

Teman Sebaya

Menurut Santrock (2003: 109) teman sebaya adalah anak-anak dengan usia atau tingkat kedewasaan yang kurang lebih sama. Berdasarkan pendapat tersebut dapat dikatakan bahwa teman sebaya merupakan hubungan individu pada remaja dengan tingkat usia yang sama serta melibatkan keakraban yang relatif besar dalam kelompoknya. Nurita,dkk (2017) menambahkan bahwa teman sebaya merupakan suatu kelompok dengan tingkat kedewasaan yang sama dan menerapkan prinsip-prinsip hidup bersama serta saling memberikan pengaruh kepada anggota kelompok. Dalam hal ini berarti kita dapat mengartikan bahwa teman sebaya adalah sekelompok orang yang memiliki interaksi dengan satu orang atau lebih dan memiliki keakraban yang relative serta dapat berpengaruh satu dengan yang lainnya. Semisalnya bila di sekolah, maka teman sebaya kita ialah teman-teman satu kelas atau teman teman yang memiliki kelas yang sama dengan kita. Jika pada Universitas teman sebaya berarti mahasiswa-mahasiswa yang memiliki tingkatan semester yang sama dengan kita atau mahasiswa-mahasiswa yang biasa selalu bersama kita di area Universitas.

Menurut Mowen dan Minor (2002: 173-178) terdapat lima faktor penting yang dapat menjelaskan mengapa kelompok dapat mempengaruhi perilaku individu, termasuk perilaku konsumsi dan perilaku pembelian, kelima faktor tersebut antara lain: (1) melalui pengaruh norma, nilai ekspresif dan informasi, (2) faktor peran dalam kelompok, (3) tuntutan untuk menyesuaikan dengan kelompok, (4) proses perbandingan sosial, (5) polarisasi kelompok.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan, yang beralamat di Jalan Willem Iskandar Psr. V Medan 20221.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi angkatan 2014 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan yang berjumlah 126 mahasiswa. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Slovin. Dengan jumlah populasi sebesar 126 ini maka ditarik garis kesalahan sebesar 5% atau 0,05 dengan derajat kepercayaan sebesar 95%. Maka besarnya sampel pada penelitian ini berjumlah 96 mahasiswa.

Teknik Analisis Data

Suatu penelitian diperlukan data melalui pengumpulan data. Data ini kemudian dianalisis untuk sampai pada kesimpulan atau pemecahan masalah yang menjadi akhir penelitian. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode tes dan angket. Analisis data yang digunakan adalah "t test", F test" dan analisis regresi linier berganda. Penelitian ini menggunakan skala pengukuran yang disebut skala likert dengan rentangan skor 1-4 sedangkan untuk tes jika benar maka diberi nilai 1 dan salah diberi nilai 0 lalu jumlah yang benar dikalikan 5 agar mendapatkan skor maksimal. Sebelum diisi oleh

responden kuesioner/angket terlebih dahulu diuji tingkat validitas dan reliabilitasnya sedangkan tes tidak perlu diuji lagi karena merupakan test standart yang dikembangkan oleh NCEE. Setelah valid dan reliable kuesioner diisi oleh responden dan di lakukan uji regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Penelitian

Sebelum dilakukan penelitian yang sesungguhnya, terlebih dahulu dilakukan uji coba instrumen penelitian untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumen penelitian tersebut. Instrumen penelitian diujicobakan kepada mahasiswa di luar sampel penelitian yaitu mahasiswa Pendidikan Akuntansi Angkatan 2014 Unimed yang berjumlah 30 orang.

Berdasarkan hasil uji validitas angket variabel teman sebaya (X_2) disimpulkan bahwa dari 23 soal angket yang di uji coba, 23 soal item tersebut dinyatakan valid karena butir pernyataan tersebut masing-masing mempunyai skor lebih dari 0,361. Berdasarkan hasil uji validitas angket variabel perilaku konsumsi (Y) disimpulkan bahwa dari 23 soal angket yang di uji coba, 23 soal item tersebut dinyatakan valid karena butir pernyataan tersebut masing-masing mempunyai skor lebih dari 0,361.

Selanjutnya uji reliabilitas dan data dalam penelitian ini dinyatakan reliable.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Kenormalan data dapat dilihat dari uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* dari masing-masing variabel penelitian. Data dianalisis dengan bantuan program SPSS 20 dan diketahui besarnya nilai asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,117. Seperti yang sudah dijelaskan di atas jika $\text{sig} > 0,05$ maka data penelitian adalah berdistribusi normal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa $\text{sig} = 0,117 > 0,05$, maka data ini berdistribusi normal.

Uji Linieritas

Uji linearitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Hubungan antar variabel dikatakan linear apabila sig lebih dari atau sama dengan 5%. Uji linearitas dengan SPSS 20 dilakukan dengan menggunakan Test for Linearity dengan taraf signifikansi sebesar 0,05. Berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh dari SPSS 20 dapat diketahui bahwa literasi ekonomi (X_1) memiliki nilai signifikansi pada Deviation from Linearity sebesar 0,205. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa literasi ekonomi (X_1) mempunyai hubungan yang linear terhadap perilaku konsumsi (Y).

Dan teman sebaya (X_2) memiliki nilai signifikansi pada Deviation from Linearity sebesar 0,638. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa teman sebaya (X_2) mempunyai hubungan yang linear terhadap perilaku konsumsi (Y). Hal ini sesuai ketentuan bahwa variabel dikatakan mempunyai hubungan linear apabila nilai Sig pada Deviation from Linearity lebih besar dari taraf signifikansi 0,05.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah antar variabel bebas memiliki hubungan yang tinggi atau tidak. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas adalah dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF). Dengan bantuan program SPSS 20 diperoleh hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa variabel literasi ekonomi (X_1) dan variabel teman sebaya (X_2) memperoleh angka *tolerance* lebih dari 0,10 yaitu sebesar 0,956. Selanjutnya nilai VIF diperoleh nilai VIF variabel literasi ekonomi (X_1) dan variabel teman sebaya (X_2) kurang dari 10 yaitu 1,046. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh baik secara sendiri-sendiri maupun secara bersama-sama antara variabel literasi ekonomi (X1) dan teman sebaya (X2) terhadap perilaku konsumsi (Y). Hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 39,357 - 0,160 X_1 - 0,610 X_2$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat dijabarkan bahwa konstanta sebesar 39,357 menunjukkan bahwa apabila variabel literasi ekonomi (X1) dan teman sebaya (X2) sebesar nol (0), maka perilaku konsumsi (Y) akan menjadi sebesar 39,357. Koefisien regresi literasi ekonomi sebesar -0,160 menyatakan bahwa kenaikan satu satuan literasi ekonomi akan menurunkan perilaku konsumsi (Y) sebesar 0,160 (asumsi faktor lain konstan). Koefisien regresi variabel teman sebaya (X2) sebesar 0,610 menyatakan bahwa kenaikan satu satuan teman sebaya akan meningkatkan perilaku konsumsi (Y) sebesar 0,610 (asumsi faktor lain tetap)..

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji T)

Uji t untuk menguji hipotesis penelitian ini yaitu pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa dan pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumsimahasiswa. Dengan kriteria jika thitung > ttabel dengan taraf signifikan 0,05 maka hipotesis diterima, dan sebaliknya, jika thitung ≤ ttabel dengan taraf signifikan 0,05 maka hipotesis ditolak. Hasil pengujian dengan menggunakan program SPSS 20, diperoleh hasil maka nilai thitung literasi ekonomi (X1) adalah sebesar -3,182 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002. Dari hasil tersebut nilai thitung > ttabel (3,182 < 1,985) dan nilai signifikansi 0,002 < 0,05. Dengan demikian hipotesis yang berbunyi "terdapat pengaruh yang negatif dan signifikan antara literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa" diterima. Hal ini mengandung arti bahwa variabel literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa

pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi 2014 di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

Untuk variabel teman sebaya (X2) diperoleh nilai thitung sebesar 7,347 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dari hasil tersebut nilai thitung > ttabel (7,347 > 1,985) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian hipotesis yang berbunyi "terdapat pengaruh yang negatif dan signifikan antara teman sebaya terhadap perilaku konsumsi pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas" diterima.

Uji Simultan (Uji F)

Uji hipotesis secara simultan (Uji F) dilakukan untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi (X1) dan teman sebaya (X2) terhadap perilaku konsumsi mahasiswa (Y) secara simultan. Dengan bantuan SPSS 20 hasil pengujiannya adalah Fhitung > Ftabel atau 38,648 > 3,09 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang berbunyi "terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi ekonomi dan teman sebaya terhadap perilaku konsumsi mahasiswa pada Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan" diterima.

Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kontribusi variable independen secara bersama-sama terhadap variable dependen. diperoleh determinasi (R2) 0,454 (45,4%) berarti bahwa 45,4% perubahan pada perilaku konsumsi yang dipengaruhi oleh literasi ekonomi dan teman sebaya, sedangkan 54,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis pengujian dan pembahasan terhadap hasil penelitian yang telah dikumpulkan mengenai Literasi Ekonomi dan Teman Sebaya terhadap

Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan, maka dapat ditarik kesimpulan :

1. Hasil dari uji hipotesis menunjukkan literasi ekonomi berpengaruh negative dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,180 > 1,985$). Dan teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,347 > 1,985$).

2. Secara simultan menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan literasi ekonomi dan teman sebaya terhadap perilaku konsumsi mahasiswa dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($38,648 > 3,08$).

3. Hasil persamaan regresi linear berganda menunjukkan bahwa konstanta sebesar 39,357 dapat diartikan bahwa Perilaku Konsumsi (Y) akan bernilai 39,357 pada saat Literasi Ekonomi (X_1) dan Teman Sebaya (X_2) bernilai nol. Koefisien regresi Literasi Ekonomi (X_1) sebesar -0,160 menyatakan bahwa kenaikan satuan literasi ekonomi akan menurunkan Perilaku Konsumsi (Y) mahasiswa sebesar -0,160 (asumsi faktor lain konstan) dan koefisien regresi Teman Sebaya (X_2) sebesar 0,610 menjelaskan bahwa kenaikan satuan teman sebaya akan meningkatkan Perilaku Konsumsi (Y) mahasiswa sebesar 0,610 (asumsi faktor lain tetap).

1. Hasil dari koefisien determinasi (R^2) menunjukkan sebesar 0,454 (45,4%) berarti bahwa 45,4% perilaku konsumsi mahasiswa dapat dijelaskan oleh variabel literasi ekonomi dan teman sebaya. Sedangkan sisanya 54,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

1. Mahasiswa diharapkan lebih mampu *manage* waktu pada saat sedang bersama dengan teman sebaya agar terhindar dari pengaruh yang negative seperti konsumsi yang tidak rasional.

2. Mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi diharapkan mampu *handle*

keuangannya sendiri agar mampu membedakan skala prioritasnya.

3. Hasil penelitian ini menekankan kepada seluruh mahasiswa sebagai konsumen terutama dalam kisaran umur remaja, bahwa memiliki pengalaman belajar dan melek ekonomi merupakan hal penting untuk menjauhkan kita dalam berperilaku konsumsi yang tidak rasional. Sebab kelak, mahasiswa prodi Pendidikan Ekonomi 2014 akan menjadi pendidik bidang ekonomi, sebagaimana pepatah mengatakan “seorang guru itu diguguh dan ditiru” maka marilah kita dapat mengimplementasikan ilmu ekonomi kita pada kehidupan berekonomi, menjadikan kita seseorang yang hemat, dapat mengaplikasikan cara untuk mengantisipasi kebutuhan yang mendesak dan cerdas dalam menentukan sumber daya yang ada agar kelak menjadi contoh yang baik bagi peserta didik kita.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmadi, Abu. 2007. *Sosiologi Pendidikan*. Jakarta: PT Rineka Cipta

Andari, N. D., & Nugraheni, R. (2016). Analisis Pengaruh Manajemen Waktu, Motivasi Kuliah, dan Aktualisasi Diri Terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa yang Bekerja (Studi pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 124-133.

Arikunto, Suharsimi. (2014). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta

Astuti, R. P. F. (2016). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi dan Life Style terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan

- Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. *Jurnal Pendidikan Edutama*, 3(2), 49-58.
- Bungin, M. Burhan. 2006. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana
- Dewi, N., & Rusdarti, S. S. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education*. 6 (1), 29-35.
- Engko, C. (2006). Pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja individual dengan *self esteem dan self efficacy* sebagai variabel intervening. *Simposium Nasional Akuntansi*, 9, 23-26.
- Hadija, L. (2017). Pengaruh Teman Sebaya Dan Prestasi Belajar Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Sma Khadijah Surabaya. *Jurnal ekonomi pendidikan dan kewirausahaan*, 1(2), 189-201.
- Janti, S. (2014, November). Analisis Validitas Dan Reliabilitas Dengan Skala Likert Terhadap Pengembangan Si/Ti Dalam Penentuan Pengambilan Keputusan Penerapan Strategic Planning Pada Industri Garmen. In *Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST)* (Vol. 15, pp. 155-160).
- Kanserina, D., Haris, I. A., & Nuridja, I. M. (2015). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha Tahun 2015. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5(1).
- Mankiw, N. Gregory. 2006. *Pengantar Ekonomi Mikro Edisi Ketiga*. Jakarta: Salemba.
- Murniatiningsih, E. (2017). 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(1), 127-156.
- Nidawati, N. (2013). Belajar Dalam Perspektif Psikologi Dan Agama. *PIONIR: Jurnal Pendidikan*, 1(1).
- Peter G Sina. 2012. *Literasi Ekonomi*. Diakses dari <http://ekonomi.kompasiana.com/monev/2012/05/01/literasiekonomi45979.html>, diakses 30 Desember 2017
- Pranyoto, E., & Siregar, N. Y. (2015). Literasi Ekonomi, Hubungan Pertemanan, Sikap, Norma Dan Kontrol Diri Terhadap Minat Masyarakat Lampung Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 196-216.
- Rahardja, P., & Manurung, M. 2008 . *Pengantar Ilmu Ekonomi : Mikroekonomi dan Makroekonomi*. Jakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Rahayu, S., & Lingga, I. S. (2011). Pengaruh Modernisasi Sistem

- Administrasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Survei atas Wajib Pajak Badan pada KPP Pratama Bandung” X”). *Jurnal akuntansi*, 1(2), p-119.
- Raiphea, Yow Pete. 2015. Variable: Classification, Measurement and Importance in Social Science Research. *Journal of Business Management & Social Sciences Research (JBM&SSR)*. 4(6), 435-438.
- Riduwan. 2012. *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *JRMSI- Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1-22.
- Samuelson, Paul A. & Nordhaus, William D. 2000. *Mikroekonomi*. Jakarta : Erlangga
- Sangadji, Mamang Etta dan Sopiah. 2014. *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis*. Yogyakarta. Andi Publisher.
- Santrock, John. 2002. *Life-Spa Development (Perkembangan Masa Hidup Jilid 1 Edisi Ke 5)*. Alih Bahasa: Juda Damanik, Achmad Chusairi. Jakarta: Erlangga
- Sina, P. G. (2012). Analisis literasi ekonomi. *Jurnal Economia*, 8(2), 135-143.
- Sitanggang, H. (2013). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Di Provinsi Sumatera Utara* (Doctoral dissertation, UNIMED)
- Slamet Santosa. 2006. *Dinamika Kelompok*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Subianto, T. (2007). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 165- 182.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode R&D*. Bandung: Alfabeta
- Syarifuddin, Muh. (2016). Analisis Tentang Aktivitas Buruh Tani Dalam Memenuhi Kebutuhan Pokok Di Kelurahan Bukuan Kecamatan Palaran Kota Samarinda. *eJournal Sosiatri-Sosiologi*. 4 (3), 98-112.
- Tatik Suryani. 2008. *Perilaku Konsumen : Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Thohir, M., Soesatyo, Y., & Harti, H. (2017). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi Dan Percaya Diri Terhadap Minat Wirausaha Siswa SMP Negeri Di Kecamatan Tenggilis Mejoyo Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 4(2), 149- 163.
- Wahyono, H. (2016, December). Pengembangan Bahan Ajar Berbasis Cerita Untuk Menanamkan Literasi Ekonomi Pada Siswa Sekolah Dasar Kabupaten Situbondo. In *National Conference on Economic Education*.

