PENGARUH LINGKUNGAN TEMAN SEBAYA TERHADAP GAYA HIDUP KONSUMTIF PADA MAHASISWA FEB UNNES

Ghadah Fawwaz Yasirah[1], Laika Putri Fardiana[2], Mutia Rosalinanda[3], Nasya Shelomita Kayla Anjani[4], Sifa Syaukhiyani[5]

[1,2,3,4,5]*Universitas Negeri Semarang*
E-mail : nasyaanjani00@gmail.com

ABSTRACT

Everyone has their own lifestyle. Each person's lifestyle varies, encompassing daily habits, mindsets, values, and even how they allocate their finances. This can be seen in how they engage in activities, what they consume, and their interests. Among university students, a consumerist lifestyle is prevalent, driven by the influence of their new environment and friendship circles. The research method used was a quantitative method with an associative approach. Data collection was conducted through questionnaires and sampling of students from the Faculty of Economics and Business at Semarang State University. Data analysis in this study used a simple linear regression test to measure the impact of students' social environment on their consumerist lifestyle. The results of the questionnaire indicate that their social environment influences their consumerist lifestyle. A total of 32 students from the Faculty of Economics and Business participated in the sample, and 46.4% agreed that their social environment influences their consumerist lifestyle. Therefore, students are expected to be more selective in choosing their social environment and improve their self-control over consumerist behavior.

Keywords : *Peers, Consumer Behavior, Students.*

ABSTRAK

Setiap orang memiliki gaya hidupnya masing-masing, Gaya hidup seseorang berbeda-beda yang mencakup kebiasaan sehari-hari, pola pikir, nilai yang dianut, hingga cara mereka mengalokasikan keuangan mereka. Hal tersebut dapat dilihat dari cara mereka melakukan aktivitas, apa yang mereka konsumsi, hingga yang mereka minati. Di lingkungan mahasiswa sendiri, marak gaya hidup konsumtif yang terjadi akibat lingkungan baru dan lingkaran pertemanan yang memengaruhinya.Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan pengambilan sampel dari mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis di Universitas Negeri Semarang. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linear sederhana untuk mengukur seberapa besar dampak lingkungan pergaulan mahasiswa terhadap gaya hidup konsumtif. Hasil penelitian dari pengisian kuesioner menunjukkan bahwa lingkungan pertemanan membawa pengaruh terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa. Sebanyak 32 mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang menjadi sampel dan hasilnya sebanyak 46,4% setuju dengan adanyan pengaruh lingkungan pertemanan mempengaruhi gaya hidup konsumtif. Oleh karena itu, mahasiswa diharapkan dapat lebih selektif dalam memilih lingkungan pertemanan dan dapat meningkatkan control diri terhadapat perilaku konsumtif.

Kata Kunci : *Teman Sebaya, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa.*

PENDAHULUAN

Di era sekarang ini, teknologi sudah banyak digunakan oleh seluruh kalangan, khususnya di kalangan mahasiswa. Seiring tekonologi yang semakin maju dan seiring berkembang pesatnya teknologi dan perubahan pola hidup, banyak generasi yang mudah terpengaruh pada kehidupan di sosial media yang tidak sesuai dengan keadaan mahasiswa tersebut. Banyak dari mahasiswa tersebut terpengaruh untuk membeli barang barang yang dinilai sebagai pemenuhan gaya hidup.

Menurut Sutisna (2017), gaya hidup adalah cara individu menghabiskan waktunya untuk menghabiskan waktunya dengan sesuatu yang membuatnya tertarik. Hingga banyak mahasiswa yang tidak berpikir bahwa pemenuhan gaya hidup yang terus berlanjut adalah salah satu penyebab bagaimana finansial orang tua semakin buruk. Pembelian barang barang dengan tujuan untuk memenuhi gaya hidup adalah faktor yang menyebabkan ekonomi semakin buruk. Pemenuhan gaya hidup tersebut dinilai sebagian mahasiswa seperti hal nya membangun citra diri. Banyak mahasiswa berpikir semakin mengikuti tren maka dianggap semakin keren. Namun apabila hal tersebut terus dilakukan akan semakin membawa dampak yang lebih buruk untuk kedepannya.

Pertemanan adalah salah satu faktor yang sangat memengaruhi gaya hidup konsumtif. Menurut sebagian mahasiswa gaya hidup dianggap penting agar tidak dinilai tidak tertinggal tren. Padahal hampir setiap bulan tren dengan cepat berganti. Maka dapat dihitung juga dalam satu bulan sebagian mahasiswa akan membelanjakan uang tersebut untuk membeli barang barang pemenuh gaya hidup. Pergaulan mahasiswa yang semakin hari tidak sesuai dengan gaya hidup adalah salah satu masalah yang memiliki dampak cukup besar bagi kehidupan. Sebagian mahasiswa membeli barang barang dan nongkrong di cafe adalah masalah yang seirng dihadapi.

Banyak mahasiswa sulit membeakan yang mana kebutuhan dan gaya hidup. Dengan demikian, faktor perilaku mahasiswa yang konsumtif dan ingin selalu mengikuti tren dipengaruhi dari pertemanan yang mereka pilih, karena banyak sekali mahasiswa yang memiliki gaya hidup konsumtif. Oleh sebab itu, gaya hidup mahasiswa harus diteliti agar mengetahui bagaimana mahasiswa membedakan kebutuhan dan gaya hidup karena pertemanan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan kondisi lingkungan pertemanan dan pola pengeluaran non-utama mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Semarang berdasarkan data yang diperoleh dari responden. Data penelitian dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada 32 mahasiswa dengan menggunakan teknik purposive sampling.

Instrumen penelitian adalah kuesioner tertutup yang disusun dengan skala Likert empat poin, di mana skor 1 menunjukkan sangat tidak setuju hingga skor 4 menunjukkan sangat setuju. Pernyataan-pernyataan dalam kuesioner dirancang untuk menggambarkan intensitas lingkungan pertemanan dan kecenderungan pengeluaran non-utama mahasiswa. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan statistik deskriptif dengan menghitung nilai rata-rata (mean) untuk setiap pernyataan. Menurut sugiyono (2019), Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan

Interpretasi nilai rata-rata mengacu pada rentang kategorisasi hasil perhitungan interval kelas sebesar 0,75, yang menghasilkan empat kategori penilaian, yaitu sangat rendah (1,00–1,75), rendah (1,76–2,50), tinggi (2,51–3,25), dan sangat tinggi (3,26–4,00). Hasil analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum tentang kecenderungan perilaku belanja non-primer mahasiswa yang dipengaruhi oleh lingkungan pertemanan mereka.

Tabel 1. Skala Linkert

No.	Jawaban	Point
1	Sangat setuju	4
2	Setuju	3
3	Tidak Setuju	2
4	Sangat Tidak Setuju	1

Tingakatan Pencapaian Responden dapat diketahui melalui rumus,sebagai berikut:

TCR = (Rata-Rata x 100)/Skor Maksimum

Tabel 2. Rentang Pencapaian Responden (%)

Rentang TCR (%)	Kategori
1,00 - 1,75	Sangat Rendah
1,76 - 2,50	Rendah
2,51 - 3,25	Tingii
3,26 - 4,00	Sangat Tinggi

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil TCR Variabel Lingkungan Circle Pertemanan

Tabel 3. Hasil TCR Variabel Lingkungan Circle Pertemanan

No. Item	Frekuensi dan Persentase Variabel X								Kategori
	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Jumlah	Skor	Ideal	TCR (%)	
1	2 6.3%	16 50.0%	12 37.5%	2 6.3%	32	82	128	64.1%	Sedang
2	3 9.4%	18 56.3%	7 21.9%	4 12.5%	32	84	128	65.6%	Sedang
3	17 53.1%	13 40.6%	1 3.1%	1 3.1%	32	110	128	85.9%	Sangat Tinggi
4	2 6.3%	13 40.6%	11 34.4%	6 18.8%	32	75	128	58.6%	Sedang
	2	20	8	2					

5	6.3% 7	62.5% 15	25.0% 8	6.3% 2	32	86	128	67.2%	Sedang
6	21.9% 3	46.9% 12	25.0% 12	6.3% 5	32	91	128	71.1%	Tinggi
7	9.4% 17	37.5% 12	37.5% 3	15.6% 0	32	77	128	60.2%	Sedang
8	53.1%	37.5%	9.4%	0.0%	32	110	128	85.9%	Sangat Tinggi

Berdasarkan Tabel 3. diketahui bahwa nilai TCR pada variabel lingkungan circle pertemanan berada pada kategori sedang hingga sangat tinggi. Item dengan Nilai TCR tertinggi pada pernyataan mengenai ajakan teman untuk nongkrong atau berbelanja yang meningkatkan pengeluaran mahasiswa serta pentingnya kontrol diri dalam menghadapi pengaruh teman sebaya, masing-masing memperoleh nilai TCR sebesar 85,9% (kategori sangat tinggi). Sementara itu, nilai TCR terendah terdapat pada pernyataan mengenai penyesuaian gaya hidup agar tidak dianggap ketinggalan dengan nilai 58,6% (kategori sedang). Secara keseluruhan, lingkungan circle pertemanan menunjukkan pengaruh yang cukup kuat terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Semarang.

Nilai Rata-Rata dan Kategorisasi Per Pernyataan Variabel X .

Tabel 4. Nilai Rata-rata dan Kategorisasi Variabel Lingkungan Circle Pertemanan

No	Pernyataan	Rata-rata	Kategori
1	Keputusan saya untuk membeli barang sering dipengaruhi oleh teman-teman saya	2.69	Sedang
2	Saya selalu tertarik pada suatu produk setelah melihat teman saya menggunakannya	2.81	Sedang
3	Ajakan teman untuk nongkrong atau belanja sering membuat pengeluaran saya bertambah	3.44	Tinggi
4	Saya berusaha menyesuaikan gaya hidup dengan kelompok pertemanan agar tidak dianggap ketinggalan	2.34	Rendah
5	Interaksi di media sosial di lingkungan pertemanan mendorong saya mengikuti tren gaya hidup	2.69	Sedang
6	Lingkungan pergaulan berperan cukup besar dalam menentukan prioritas pengeluaran saya	2.97	Sedang
7	Saya yang berada dalam lingkungan pertemanan hedonis cenderung menunjukkan gaya hidup yang lebih konsumtif	2.41	Rendah

8	Saya perlu memiliki kemampuan mengontrol diri agar tidak mudah terpengaruh gaya hidup konsumtif teman sebaya	3.44	Tinggi

Berdasarkan Tabel 4, sebagian besar indikator memperoleh kategori sedang hingga tinggi. Pernyataan mengenai ajakan teman yang menyebabkan peningkatan pengeluaran dan pentingnya kontrol diri memperoleh rata-rata tertinggi sebesar 3,44 (kategori tinggi). Sebaliknya, indikator mengenai penyesuaian gaya hidup agar tidak dianggap ketinggalan memperoleh rata-rata terendah sebesar 2,34 (kategori rendah). Temuan ini menunjukkan bahwa aktivitas sosial bersama teman lebih berpengaruh terhadap perilaku konsumsi dibandingkan dorongan untuk memperoleh penerimaan sosial.

Berdasarkan hasil penelitian, lingkungan circle pertemanan terbukti memiliki pengaruh terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Semarang. Hal ini terlihat dari tingginya skor pada indikator ajakan teman untuk nongkrong atau berbelanja yang memperoleh nilai rata-rata 3,44. Temuan ini menunjukkan bahwa aktivitas sosial bersama teman dapat meningkatkan pengeluaran mahasiswa di luar kebutuhan yang telah direncanakan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Widayanti dan Sri (2020) yang menyatakan bahwa pergaulan teman sebaya berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Semakin intens interaksi mahasiswa dengan kelompok pertemanannya, semakin besar kecenderungan mereka melakukan konsumsi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya.

Selain itu, indikator kontrol diri juga memperoleh nilai rata-rata tinggi sebesar 3,44. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa menyadari pentingnya kemampuan mengendalikan diri agar tidak mudah terpengaruh perilaku konsumtif teman sebaya. Hasil tersebut didukung oleh penelitian Afisti, Sujadi, dan Ahmad (2024) yang menemukan bahwa kontrol diri berpengaruh signifikan dalam menekan perilaku konsumtif mahasiswa.

Temuan penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian Alim dan Rispantyo (2024) yang menyatakan bahwa teman sebaya, literasi keuangan, dan kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengelola pengeluaran meskipun berada dalam lingkungan pertemanan yang konsumtif.

Di sisi lain, indikator mengenai penyesuaian gaya hidup agar tidak dianggap ketinggalan memperoleh kategori rendah. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa tidak mudah mengubah gaya hidup hanya demi memperoleh pengakuan sosial. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Nuroctaviani, Rustiana, dan Afriza (2024) yang menjelaskan bahwa kontrol diri yang baik mampu mengurangi pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

KESIMPULAN

Berdaasarkan hasil kajian dan diskusi, beberapa poin penting dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dampak Sosial Positif dan Lingkungan Sosial: Lingkungan pertemanan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap pola hidup konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomika dan

Bisnis (FEB) Universitas Negeri Semarang. Sekitar 46,4% responden mengakui bahwa lingkaran sosial mereka memengaruhi cara mereka berbelanja.

2. Ajakan Sosial sebagai Faktor Pendorong Utama: Elemen yang paling kuat dalam mendorong perilaku konsumtif bukanlah gengsi atau ketakutan untuk ketinggalan trend, tetapi aktivitas sosial yang bersifat langsung. Undangan dari teman untuk berkumpul atau berbelanja secara nyata meningkatkan pengeluaran non-primer di luar anggaran keuangan mahasiswa dengan nilai rata-rata tinggi sebesar 3,44.
3. Pentingnya Kemampuan Kontrol Diri: Mahasiswa menunjukkan kesadaran yang sangat tinggi (rata-rata 3,44) terhadap pentingnya kontrol diri (self-control). Kontrol diri yang baik dan literasi keuangan yang memadai menjadi benteng utama.

DAFTAR PUSTAKA

Afisti, E., Sujadi, E., & Ahmad, B. (2024). Pengaruh Kontrol Diri dan Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online pada Mahasiswa. Jurnal Psikodidaktika: Jurnal Ilmu Pendidikan, Psikologi, Bimbingan & Konseling, 9(2).

Alim, R. N., & Rispantyo. (2026). Pengaruh Teman Sebaya, Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Penggunaan E-Money terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa: Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Journal of Golden Generation Economic, 2(1).

Coleman, James S,. (2011). Dasar-Dasar Teori Social. Bandung: Nusa Media.

John W Santrock. (2009). Psikologi Pendidikan. Jakarta: Salemba Humanika.

Nuroctaviani, S., Rustiana, A., & Afriza, E. F. (2023). Pengaruh Teman Sebaya dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Kontrol Diri pada Mahasiswa. Jurnal Pendidikan Tambusai, 7(3).

Sumartono. (2002). Terperangkap dalam Iklan: Meneropong imbas pesan Iklan Televisi. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Slamet Santosa. (2006). Dinamika Kelompok. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Sutisna dan Pawitra. (2017). Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya.

Sugiyono, (2017)_(2018)_(2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta.

Widayanti, N., & Sri W. H., M. A. (2021). Pengaruh Pergaulan Teman Sebaya dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Semester VIII Universitas Bhinneka PGRI Tahun Akademik 2019/2020. Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi, 5(1).