

## IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

#### 1. Jenis Kelamin

Jumlah keseluruhan sampel responden penelitian ini sebanyak 100 orang. Mereka adalah mahasiswa dan mahasiswi FISIP Universitas Lampung. Responden laki-laki sebanyak 43 orang dan responden perempuan sebanyak 57 orang. Dapat dilihat bahwa responden perempuan lebih banyak dari pada laki-laki karena yang memiliki potensi berperilaku konsumtif adalah perempuan.

**Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	
	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	43	43
Perempuan	57	57
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Olahan data primer, 2013

#### 2. Status Sosial Ekonomi Orang Tua

##### 2.1 Pendidikan Formal Orang Tua

Dilihat dari pendidikan orang tua maka dapat diketahui bahwa mayoritas pendidikan orang tua responden adalah Strata satu (S1) terdapat 45 (45%) responden yang orang tua laki-laki dan 40 (40%) responden yang orang tua perempuan. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pendidikan orang tua responden tergolong tinggi. Orang tua yang mempunyai pendidikan tinggi dalam

berpakaian dan mengenakan barang-barang lainnya ingin terlihat baik dan mencerminkan bahwa ia seseorang yang berpendidikan.

**Tabel 2. Pendidikan Formal Orang Tua**

Pendidikan	Ayah		Ibu	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
S2/S3	8	8	3	3
S1	45	45	40	40
Diploma	8	8	15	15
SMA/ sederajat	27	27	35	35
SMP/ sederajat	8	8	3	3
SD	4	4	4	4
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Olahan data primer, 2013

## 2.2 Pekerjaan Pokok Orang Tua

Dilihat dari karakteristik responden berdasarkan pekerjaan orang tua maka dapat diketahui bahwa jumlah responden yang orang tua laki-lakinya bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil sebanyak 34 orang (34%) dan orang tua perempuan sebanyak 40 orang (40%). Sedangkan, untuk wiraswasta orang tua laki-laki sebanyak 35 orang (35%) dan orang tua perempuan sebanyak 28 orang (28%). Selain itu, untuk pegawai swasta terdapat 10 orang (10%) orang tua laki-laki yang bekerja di bidang tersebut dan orang tua perempuan sebanyak 8 orang (8%). Selanjutnya, dapat diketahui juga untuk pegawai BUMN orang tua yang laki-laki sebanyak 10 orang (10%) dan untuk orang tua perempuan sebanyak 2 orang (2%).

Responden yang orang tuanya mempunyai pekerjaan lain yaitu untuk orang tua laki-laki sebanyak 11 orang (11%) dan untuk orang tua perempuan sebanyak 4 orang (4%). Sehingga, dapat diketahui juga tidak ada orang tua laki-laki yang menganggur tetapi terdapat 18 orang (18%) orang tua perempuan yang menganggur atau hanya sebagai ibu rumah tangga saja. Dari data tersebut di atas

dapat diketahui bahwa mayoritas pekerjaan orang tua responden adalah pegawai negeri sipil sehingga dapat diketahui bahwa kehidupan mereka tergolong mapan. Dapat diketahui juga tidak ada orang tua laki-laki yang menganggur dan hanya sedikit orang tua perempuan yang menganggur sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa orang tua yang memiliki pekerjaan yang baik, cenderung dalam membeli pakaian ingin terlihat baik dan pantas dengan harga yang mahal, dan bermerk begitupun dengan hal lainnya. Membeli makanan biasanya di tempat-tempat yang mahal, memakai jam yang bermerk semua barang yang dipakai terlihat mahal dan bermerk sehingga orang tua yang mempunyai pekerjaan baik biasanya dapat mempengaruhi perilaku konsumsi anaknya.

**Tabel 3. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan Pokok Orang Tua**

Pekerjaan Pokok	Ayah		Ibu	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Wiraswasta	35	35	28	28
PNS	34	34	40	40
BUMN	10	10	2	2
Pegawai swasta	10	10	8	8
Ibu Rumah Tangga	-	-	18	18
Lainnya	11	11	4	4
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Olahan data primer, 2013

### 2.3 Pendapatan Orang Tua

Berdasarkan dari tingkat pendapatan orang tua maka dapat diketahui bahwa mayoritas pendapatan orang tua responden adalah Rp. 2.500.000 – Rp. 4.000.000 sebanyak 36 orang (36%) orang tua laki-laki dan 49 orang (49%) orang tua perempuan. Diikuti dengan pendapatan yang jumlahnya lebih dari Rp. 4.000.000 sebanyak 46 orang (46%) orang tua laki-laki dan 17 orang (17%) orang tua perempuan. Jadi, mayoritas orang tua responden tergolong orang yang

mempunyai pendapatan menengah ke atas sehingga dapat di ambil kesimpulan bahwa orang tua yang mempunyai pendapatan menengah ke atas dapat membeli barang-barang yang harga nya tidak murah dan kualitas baik (bermerk). Artinya, adalah orang tua yang mempunyai pendapatan yang lebih dapat membuat perilaku konsumsi anak menjadi lebih (konsumtif).

**Tabel 4. Pendapatan Orang Tua**

Pendapatan	Ayah		Ibu	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
< Rp.2.500.000	18	18	16	19,5
Rp.2.500.000-Rp.4.000.000	36	36	49	59,8
>Rp.4.000.000	46	46	17	20,7
<b>Total</b>	100	100	82	100

Sumber: Olahan data primer, 2013

#### 2.4 Uang Saku Mahasiswa

Berdasarkan pada hasil penelitian dapat diketahui bahwa sebagian besar mahasiswa mempunyai uang saku lebih dari cukup. Terdapat 71 responden mempunyai uang saku cukup yaitu lebih dari Rp.800.000 (dapat dilihat pada tabel 5).Artinya adalah mahasiswa yang mempunyai uang saku yang lebih banyak tidak mempunyai hambatan dalam membeli barang-barang yang diinginkan. Jadi mahasiswa yang mempunyai uang saku lebih dari cukup cenderung berperilaku konsumtif.

**Tabel 5. Uang Saku**

Uang Saku	Frekuensi	Persentase
<Rp. 800.000	21	21
Rp.800.000-Rp.1.500.000	50	50
>Rp. 1.500.000	29	29
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Olahan data primer, 2013

## 2.5 Tanggungan Orang Tua

Dilihat dari jumlah tanggungan orang tua maka dapat diketahui bahwa sebagian besar jumlah tanggungan orang tua responden berjumlah 2 anak. Artinya, orang tua yang mempunyai tanggungan anak yang tidak banyak dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan anaknya dengan baik dibandingkan orang tua yang mempunyai tanggungan anak yang banyak. Sehingga, perilaku konsumsi anak yang berlebihan cenderung karena orang tuanya tidak mempunyai banyak tanggungan anak.

**Tabel 6. Jumlah Tanggungan Orang Tua**

Kategori	Frekuensi	Persentase
1	25	25
2	43	43
3	23	23
4	8	8
6	1	1
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Olahan data primer, 2013

## 2.6 Status Sosial Orang Tua

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa status sosial ekonomi orang tua tergolong tinggi. Terdapat 62 (62%) responden yang mempunyai orang tua dengan status sosial tinggi. Sebanyak 29 (29%) responden yang mempunyai orang tua dengan status sosial sedang, sisanya adalah 9 (9%) responden yang orang tua dengan status sosial rendah.

Dalam penelitian ini status sosial dapat digolongkan tinggi yaitu seseorang yang terpandang, menduduki posisi penting dan populer sehingga dapat dikatakan seseorang tersebut mempunyai status sosial tinggi. Sedangkan orang yang

mempunyai status sosial rendah adalah orang yang tidak menduduki posisi penting dan dinilai tidak terpendang atau terhormat.

Seseorang yang mempunyai status sosial tinggi dalam mengkonsumsi barang dan jasa mempertimbangkan kualitas yang baik dan harga yang relatif mahal. Hal ini disebabkan oleh apa yang dipakai atau digunakannya mencerminkan posisi atau kedudukannya di dalam masyarakat tersebut. Sehingga dapat menyebabkan anak untuk berperilaku demikian dengan tujuan untuk memperlihatkan status atau kedudukan yang dimiliki oleh orang tuanya.

**Tabel 7. Status Sosial Orang Tua**

Kategori	Frekuensi	Persentase
Tinggi	62	62
Sedang	29	29
Rendah	9	9
Total	100	100

Sumber: Olahan data primer, 2013

## 2.7 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Status Sosial Ekonomi Orang Tua

Dilihat dari status sosial ekonomi orang tua maka dapat diketahui jumlah responden yang orang tua nya mempunyai status sosial ekonomi “tinggi” sebanyak 52 orang (52%). Sedangkan untuk responden yang mempunyai orang tua yang status sosial ekonomi “sedang” sebanyak 32 orang (32%). Sisanya adalah 16 orang (16%) responden yang mempunyai orang tua yang status sosial ekonomi “rendah”.

Status sosial ekonomi orang tua yang digolongkan tinggi dalam penelitian ini adalah seseorang yang memiliki pendidikan minimal S1, pendapatan yang cukup dalam sebulan yaitu lebih dari Rp.4.000.000, dinilai terpendang, menduduki posisi

penting dalam masyarakat dan terkenal, sehingga hal ini dinilai bahwa orang tersebut mempunyai status sosial ekonomi tinggi. Sedangkan status sosial ekonomi rendah adalah seseorang yang pendidikannya menamatkan sekolah maksimal pada sekolah menengah pertama, memiliki pendapatan kurang dari Rp.2.500.000 dan dinilai tidak terpendang, tidak menduduki posisi penting dalam masyarakat serta dianggap tidak terkenal atau biasa saja.

**Tabel 8. Status Sosial Ekonomi Orang Tua**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Tinggi	52	52
Sedang	32	32
Rendah	16	16
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Olahan data primer, 2013

### **3. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Kelompok Referensi**

#### **3.1 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Kelompok Referensi Berpakaian**

Dilihat dari hasil penelitian diketahui bahwa jumlah responden kelompok referensi yang terbesar adalah penilaian responden terhadap “teman sebaya” dengan kategori penilaian “sering” sebanyak 37 (37,4%) responden. Artinya, mahasiswa dalam menggunakan pakaian cenderung menjadikan teman sebaya sebagai kelompok referensi atau acuan. Hal ini disebabkan karena teman sebaya merupakan seseorang yang berada dalam lingkungan yang sama dan relatif sama usianya, sehingga memiliki pemikiran sama dalam selera *fashion* yang dapat menjadi contoh dalam berpakaian.

**Tabel 9. Kelompok Referensi dalam Berpakaian**

Indikator Variabel	Kategori Penilaian					Total
	TP	KK	CS	S	SS	
Penilaian responden terhadap keluarga	15 (15,2%)	31 (3,3%)	14 (14,1%)	33 (33,3%)	6 (6%)	99 (100%)
Penilaian responden terhadap teman sebaya	11 (11,1%)	30 (30,3%)	16 (16,2%)	37 (37,4%)	5 (5,1%)	99 (100%)
Penilaian responden terhadap tokoh idola	18 (20,7%)	33 (37,9%)	19 (21,8%)	15 (17,2%)	2 (2,3%)	87 (100%)

Sumber: Olahan data primer, 2013

### 3.2 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Kelompok Referensi Handphone

Dilihat dari hasil penelitian diketahui bahwa jumlah responden kelompok referensi yang terbesar adalah penilaian responden terhadap “tokoh idola” dengan kategori penilaian “tidak pernah” sebanyak 31 (37,8%) responden, serta diikuti penilaian responden terhadap “keluarga” dengan kategori penilaian “kadang-kadang” sebanyak 26 (29,9%) responden. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak mudah terpengaruh untuk meniru atau mencontoh tokoh idola dan lebih terpengaruh terhadap keluarga dalam membeli atau menggunakan *handphone*. Artinya, dalam menggunakan *handphone* seorang mahasiswa cenderung untuk memilih keluarga karena keluarga sebagai sarana terdekat untuk mengetahui media apa yang baik, yang sesuai kebutuhanyang dapat digunakan dengan baik pula dalam berkomunikasi berkomunikasi.



**Tabel 10. Kelompok Referensi dalam Menggunakan *Handpone***

Indikator Variabel	Kategori Penilaian					Total
	TP	KK	CS	S	SS	
Penilaian responden terhadap keluarga	24 (27,6%)	26 (29,9%)	13 (14,9%)	17 (19,5%)	7 (8,1%)	87 (100%)
Penilaian responden terhadap teman sebaya	19 (20,7%)	25 (27,2%)	22 (23,9%)	22 (23,9%)	4 (4,3%)	92 (100%)
Penilaian responden terhadap tokoh idola	31 (37,8%)	18 (22%)	16 (19,5%)	15 (18,3%)	2 (2,4%)	82 (100%)

Sumber: Olahan data primer, 2013

### 3.3 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Kelompok Referensi Tas

Dilihat dari hasil penelitian diketahui bahwa jumlah responden kelompok referensi yang terbesar adalah penilaian responden terhadap “teman sebaya” dengan kategori penilaian “sering” sebanyak 28 (31,1%) responden. Artinya, mahasiswa dalam menggunakan tas cenderung menjadikan teman sebaya sebagai kelompok referensi atau acuan. Hal ini disebabkan karena teman sebaya merupakan seseorang yang berada dalam lingkungan yang sama dan relatif sama usianya, sehingga memiliki pemikiran sama dalam selera *fashion* yang dapat menjadi contoh dalam menggunakan atau membeli tas.

**Tabel 11. Kelompok Referensi dalam Menggunakan Tas**

Indikator Variabel	Kategori Penilaian					Total
	TP	KK	CS	S	SS	
Penilaian responden terhadap keluarga	23 (28,8%)	24 (30%)	16 (20%)	11 (13,8%)	6 (7,5%)	80 (100%)
Penilaian responden terhadap teman sebaya	11 (12,2%)	20 (22,2%)	25 (27,8%)	28 (31,1%)	6 (6,7%)	90 (100%)
Penilaian responden terhadap tokoh idola	34 (41,5%)	22 (26,8%)	10 (12,2%)	10 (12,2%)	6 (7,3%)	82 (100%)

Sumber: Olahan data primer, 2013

### 3.4 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Kelompok Referensi Jam Tangan

Dilihat dari hasil penelitian diketahui bahwa jumlah responden kelompok referensi yang terbesar adalah penilaian responden terhadap “teman sebaya” dengan kategori penilaian “kadang-kadang” sebanyak 34 (37,4%) responden. Artinya, mahasiswa dalam menggunakan tas cenderung menjadikan teman sebaya sebagai kelompok referensi atau acuan. Hal ini disebabkan karena teman sebaya merupakan seseorang yang berada dalam lingkungan yang sama dan relatif sama usianya, sehingga memiliki pemikiran sama dalam selera *fashion* yang dapat menjadi contoh dalam menggunakan atau membeli Jam tangan

**Tabel 12. Kelompok Referensi dalam Menggunakan Jam Tangan**

Indikator Variabel	Kategori Penilaian					Total
	TP	KK	CS	S	SS	
Penilaian responden terhadap keluarga	20 (23,3%)	29 (33,7%)	17 (19,8%)	15 (18,6%)	4 (4,7%)	86 (100%)
Penilaian responden terhadap teman sebaya	8 (8,8%)	34 (37,4%)	24 (26,4%)	20 (22%)	5 (5,5%)	91 (100%)
Penilaian responden terhadap tokoh idola	32 (38,1%)	19 (22,6%)	14 (16,7%)	11 (13,1%)	8 (9,5%)	84 (100%)

Sumber: Olahan data primer, 2013

### 3.5 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Kelompok Referensi Sepatu

Dilihat dari hasil penelitian diketahui bahwa jumlah responden kelompok referensi yang terbesar adalah penilaian responden terhadap “keluarga” dengan kategori penilaian “kadang-kadang” sebanyak 38 (42,7%) responden. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa dalam menggunakan atau membeli sepatu mencontoh atau meniru keluarga, karena keluarga tersebut dianggap sangat dipercaya sarannya dan memiliki pengetahuan dan informasi yang lebih baik tentang sepatu.

**Tabel 13. Kelompok Referensi dalam Menggunakan Sepatu**

Indikator Variabel	Kategori Penilaian					Total
	TP	KK	CS	S	SS	
Penilaian responden terhadap keluarga	21 (23,6%)	38 (42,7%)	10 (11,2%)	16 (15,7%)	6 (6,7%)	89 (100%)
Penilaian responden terhadap teman sebaya	9 (10,1%)	33 (37,1%)	23 (25,8%)	20 (22,5%)	4 (4,5%)	89 (100%)
Penilaian responden terhadap tokoh idola	25 (29,1%)	36 (34,9%)	9 (10,3%)	16 (18,6%)	6 (7,1%)	86 (100%)

Sumber: Olahan data primer, 2013

### 3.6 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pengaruh Kelompok Referensi

Berdasarkan data hasil penelitian diketahui bahwa jumlah responden yang mempunyai kelompok referensi “tinggi” sebanyak 14 orang. Sedangkan untuk responden yang mempunyai kelompok referensi “sedang” sebanyak 57 orang (57%). Sisanya adalah responden yang mempunyai kelompok referensi “rendah” sebanyak 29 orang (29%).

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan pengaruh kelompok referensi dengan kategori tinggi adalah seseorang yang merasa cocok dan setuju dengan perilaku orang lain yang dijadikan sebagai kelompok referensinya sehingga sangat sering meniru dan mencontoh yang dilakukan, dan intensitas yang sangat sering inilah yang menyebabkan pengaruh kelompok referensi “tinggi”. Sedangkan kelompok referensi dengan kategori sedang adalah seseorang yang merasa cocok dan setuju dengan perilaku orang lain yang dijadikan sebagai kelompok referensinya tetapi intensitas orang tersebut untuk meniru dan mencontoh hanya kadang-kadang

ini yang menyebabkan pengaruh kelompok referensi “sedang”. Pengaruh kelompok referensi dengan kategori rendah adalah seseorang yang tidak meniru atau mencontoh orang lain dalam perilaku konsumsinya sehingga hanya mengikuti keinginan sendiri hal ini menyebabkan kelompok referensi “rendah”.

**Tabel 14. Kelompok Referensi**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Tinggi	14	14
Sedang	57	57
Rendah	29	29
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Olahan data primer, 2013

### **3.7 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Kategori Kelompok Referensi**

Dilihat dari hasil penelitian diketahui bahwa responden yang mempunyai kelompok referensi adalah “keluarga” sebanyak 30 orang (30%). Sedangkan, responden yang mempunyai kelompok referensi adalah “teman sebaya” sebanyak 50 orang (50%). Sisanya adalah responden yang mempunyai kelompok referensi “tokoh idola” sebanyak 20 orang (20%). Dapat diambil kesimpulan bahwa jenis kelompok referensi yang lebih besar pengaruhnya adalah teman sebaya. Hal ini disebabkan oleh teman sebaya dianggap dapat mempengaruhi pilihan produk atau merk karena teman sebaya dianggap sangat dipercaya sarannya, karena memiliki pengetahuan dan informasi yang baik serta dapat meyakini mahasiswa dalam mengkonsumsi barang.

**Tabel 15. Kategori Kelompok Referensi**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Keluarga	30	30
Teman Sebaya	50	50
Tokoh Idola	20	20
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Olahan data primer, 2013

#### **4. Distribusi Frekuensi berdasarkan Perilaku Konsumtif Mahasiswa**

##### **4.1 Tempat Tinggal Responden**

Dapat dilihat pada tabel di bawah ini sebagian besar responden tinggal bersama orang tua sebanyak 46 (46%) responden. Terdapat 42 (42%) responden yang tinggal kost dan sisanya sebanyak 12 (12%) responden tinggal bersama saudara. Dalam penelitian ini bisa dilihat bahwa mahasiswa yang tinggal kost dalam perilaku konsumsi akan berbeda dengan mahasiswa yang tinggal bersama orang tua.

**Tabel 16. Tempat Tinggal Responden**

<b>Tempat Tinggal</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Bersama orang tua	46	46
Bersama saudara	12	12
Kost	42	42
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Olahan data primer, 2013

##### **4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Harga Kost**

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan data bahwa 14 responden yang tinggal kost membayar kostannya seharga lebih dari Rp.3.000.000. Artinya adalah responden yang membayar dengan harga tersebut cenderung memilih kualitas yang baik untuk tempat tinggal. Sedangkan, sebanyak 24 responden yang tinggal kost membayar kostannya mulai dari Rp.2.000.000 – Rp.3.000.000. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang memilih harga kost tersebut cenderung

berfikir untuk mempunyai tempat tinggal yang layak atau standard, lain halnya dengan harga kost kurang Rp.2.000.000, responden yang tinggal kost dengan harga tersebut berfikir untuk mempunyai tempat tinggal saja tanpa berfikir kualitas dan layak atau tidaknya tempat tersebut terdapat 4 responden yang tinggal kost dengan membayar harga tersebut.

**Tabel 17. Harga Kost (n=42)**

Harga kost	Frekuensi	Persentase
< Rp. 2.000.000	4	9,5
Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	24	57,1
>Rp.3.000.000	14	33,3
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100</b>

Sumber: Olahan data primer, 2013

#### 4.3 Fasilitas Tempat Tinggal yang Kost

Dilihat dari Fasilitas kost responden maka dapat diketahui bahwa semua responden yang tinggal kost mempunyai tempat tidur dan lemari. Terdapat 28 (66,7%) responden yang mempunyai televisi, sebanyak 11 responden mempunyai fasilitas Wifi dan terdapat 21 (26,2%) responden mempunyai fasilitas seperti kipas angin kulkas dan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas kost yang dimiliki sebagian besar responden sudah lengkap.

**Tabel 18. Fasilitas kost Responden(n=42)**

Fasilitas kost	Ada		Tidak ada	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Tempat tidur	42	100	0	0
Lemari	42	100	0	0
Meja belajar	38	90,5	4	9,5
Ac	2	4,8	40	95,2
Tv	28	66,7	14	33,3
Wifi	11	26,2	31	73,8
Lainnya	21	100	0	0

Sumber: Olahan data primer, 2013

#### 4.4 Uang Sehari-hari Yang Digunakan Responden

Karakteristik responden berdasarkan uang saku sehari-hari dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yang memakai uang dalam kesehariannya sebesar Rp.25.000 – Rp.50.000 sebanyak 67 orang (67%). Artinya adalah sebagian besar responden menggunakan uang yang sangat cukup untuk memenuhi kebutuhannya dalam sehari-hari untuk mengkonsumsi barang dan jasa. Sehingga, bisa membeli barang lainnya sesuai yang diinginkan. Lain halnya dengan responden yang menghabiskan uang kurang dari Rp.25.000, responden tersebut menggunakan uangnya cenderung berdasarkan kebutuhannya saja, sebanyak 27 responden yang menghabiskan uang kurang dari Rp.25.000

**Tabel 19. Uang sehari-hari**

Uang sehari-hari	Frekuensi	Persentase
<Rp.25.000	27	27
Rp.25.000-Rp.50.000	67	67
>Rp.50.000	6	6
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Olahan data primer, 2013

#### 4.5 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Untuk Apa Uang Yang digunakan sehari-hari

Dilihat dari uang yang digunakan untuk membeli makan responden sebagian besar responden menggunakan uangnya untuk membeli makan, sebanyak 76 (76%) responden. Terdapat 64 (64%) responden menggunakan uangnya untuk membeli pulsa dan 45 (45%) responden menggunakan uangnya untuk membeli bensin. Artinya, adalah konsumsi yang sering dilakukan oleh responden yaitu membeli makanan, membeli pulsa, dan membeli bensin, hal ini dapat menyebabkan responden mempunyai perilaku konsumsi yang tinggi dalam beberapa aspek tersebut.



**Tabel 20. Responden yang Menggunakan Uangnya**

Aspek	Sering		Kadang-kadang		Tidak pernah	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Membeli makanan	76	76	24	24	0	0
Belanja pakaian	17	17	55	55	28	28
Membeli pulsa	64	64	36	36	0	0
Membeli bensin	45	45	33	33	22	22
Perawatan ke salon	9	9	33	33	58	58
Membeli buku	12	12	58	58	30	30

Sumber: Olahan data primer, 2013

#### 4.6 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Mengikuti Trend

Pada tabel dibawah inidisajikan karakteristik responden berdasarkan responden yang mengikuti trend.

**Tabel 21. Responden Mengikuti Trend atau Tidak**

Kategori	Frekuensi	Persentase
Iya	66	66
Tidak	34	34
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Olahan data primer, 2013

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menjawab “iya” mengikuti trend sebanyak 66 orang (66%) dan responden yang menjawab “tidak” mengikuti trend sebanyak 34 orang (34%). Artinya adalah sebagian besar mahasiswa berperilaku konsumtif, karena seseorang yang mengikuti trend akan terus menerus mengeluarkan uangnya untuk membeli barang-barang yang terbaru dan begitupun seterusnya yang membuat responden memiliki barang yang tidak berdasarkan kebutuhannya lagi tetapi karena rasa ingin mengikuti trend terbaru

agar tidak ketinggalan zaman. Sehingga hal ini dapat menyebabkan mahasiswa menjadi konsumtif.

#### 4.7 Waktu Senggang Responden

Dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini bahwa responden sebagian besar sering menghabiskan waktu senggangnya dirumah sebanyak 62 responden. Artinya adalah responden yang menghabiskan waktu senggangnya dirumah relatif tidak menghabiskan banyak uangnya. Lain halnya dengan responden yang menggunakan waktu senggang dengan belanja sebanyak 23 responden, nongkrong di *café* sebanyak 28 responden dan main ke tempat-tempat lainnya sebanyak 38 responden, setidaknya tentu akan mengeluarkan uang. Apabila intensitasnya sering maka akan membuat mahasiswa mempunyai perilaku konsumtif tinggi dalam aspek ini.

**Tabel 22. Karakteristik Responden Berdasarkan Menggunakan Waktu Senggang**

Kategori	Sering		Kadang-kadang		Tidak pernah	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Belanja	23	23	62	62	15	15
Makan atau Minum di <i>café</i>	28	28	61	61	11	11
Main ke suatu tempat dengan teman teman	38	38	61	61	1	1
Dirumah saja	62	62	38	38	0	0

Sumber: Olahan data primer, 2013

#### 4.8 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Yang Biasa Dibeli Responden

Dapat dilihat pada tabel dibawah ini tentang responden yang biasa menggunakan uangnya untuk membeli makanan, pakaian, jam tangan, tas dan sepatu. Sebagian

besar responden yang intensitasnya sering adalah membeli makanan sebanyak 68 responden, kemudian membeli pakaian sebanyak 45 responden, sedangkan untuk responden yang membeli tas sebanyak 26 orang dan terdapat 34 responden biasa membeli sepatu. Artinya, sebagian besar responden mempunyai perilaku konsumtif dalam membeli makanan.

**Tabel 23. Karakteristik Responden Berdasarkan Apa Yang Biasa Dibeli**

Kategori	Sering		Kadang-kadang		Tidak pernah	
	frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Makanan	68	68	32	32	0	0
Pakaian	45	45	55	55	0	0
jam Tangan	7	7	73	73	20	20
Tas	26	26	60	60	0	0
Sepatu	34	34	53	53	0	0

Sumber: Olahan data primer, 2013

#### 4.9 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Dengan Siapa Responden Berbelanja

Berdasarkan data hasil penelitian diketahui bahwa sebagian besar responden belanja dengan teman-teman sebanyak 53 orang menjawab sering. Hal ini menunjukkan bahwa responden biasa berbelanja dengan teman karena cenderung mempunyai selera yang sama, sehingga dapat memberi saran yang sesuai dengan apa yang akan dibelinya. Tentu hal ini akan mempengaruhi tingkat perilaku konsumsi responden.

**Tabel 24. Karakteristik Responden Berbelanja dengan Siapa**

Kategori	Sering		Kadang-kadang		Tidak pernah	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Sendiri	20	20	53	53	27	27
Keluarga	22	22	32	32	46	46
Teman-teman	53	53	45	45	2	2

Sumber: Olahan data primer, 2013

#### 4.10 Distribusi Frekuensi berdasarkan Berapa Jam Tangan Yang Dimiliki

Berdasarkan data hasil penelitian diketahui bahwa responden yang memiliki jam tangan “1 buah” sebanyak 9 orang (11,4%). Selain itu, responden yang memiliki jam tangan “2 buah” sebanyak 34 orang (43%). Kemudian responden yang memiliki jam tangan “3-4 buah” sebanyak 22 orang (27,8%). Terakhir adalah responden yang memiliki jam tangan “lebih dari 4” sebanyak 14 orang (17,7%). Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki jam tangan lebih dari 2 buah. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mempunyai perilaku konsumtif pada jam tangan.

**Tabel 25. Karakteristik Responden Berdasarkan Jam Tangan Yang Dimiliki(n=79)**

<b>Jumlah jam yang dimiliki</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
1	9	11,4
2	34	43
3-4	22	27,8
>4	14	17,7
<b>Total</b>	<b>79</b>	<b>200</b>

Sumber: Olahan data primer, 2013

#### 4.11 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Harga Jam Tangan

Berdasarkan data hasil penelitian diketahui bahwa jumlah responden yang menjawab adalah 31 responden untuk jam tangan yang harganya lebih dari Rp. 500.000. Responden yang menjawab “sering” sebanyak 10 orang (32,3%) dan 15 orang (48,4%) menjawab “kadang-kadang” sisanya adalah 6 orang menjawab “tidak pernah”. Selain itu, untuk jam tangan yang harganya Rp.250.000 – Rp. 499.000 jumlah responden yang menjawab adalah 45 orang, yaitu sebanyak 17 orang (37,8%) menjawab “sering” dan 26 orang (57,8%) menjawab “kadang-kadang” sisanya menjawab “tidak pernah” sebanyak 2 orang (4,4%). Kemudian

untuk harga jam tangan Rp.50.000 – Rp.249.000 jumlah responden yang menjawab adalah 47 orang, yaitu sebanyak 16 orang (34%) menjawab “sering” dan 29 orang (61,7%) menjawab “kadang-kadang” sisanya adalah 2 orang (4,3%) menjawab “tidak pernah”. Terakhir adalah responden yang harga jam tangannya kurang dari Rp.50.000 sebanyak 77 responden yang menjawab, yaitu 13 orang (16,9%) menjawab “sering” dan 8 orang (10,4%) menjawab “kadang-kadang” sisanya adalah responden yang menjawab “tidak pernah” sebanyak 56 orang (72,7%). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden membeli jam tangan dengan harga sedang yaitu Rp.50.000 – Rp. 249.000 sebanyak 29 (61,7%) responden.

**Tabel 26. Harga jam Tangan Responden(n=79)**

Harga	Sering		Kadang-kadang		Tidak pernah	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
>Rp.500.000	10	32,3	15	48,4	6	19,4
Rp.250.000- Rp.499.000	17	37,8	26	57,8	2	4,4
Rp.50.000- Rp.249.000	16	34	29	61,7	2	4,3
Rp.<Rp.50.000	13	16,9	8	10,4	56	72,7

Sumber: Olahan data primer, 2013

#### **4.12 Distribusi Frekuensi berdasarkan Tas yang dimiliki Responden**

Berdasarkan data hasil penelitian diketahui bahwa responden yang memiliki tas “1 buah” sebanyak 6 orang (6%). Selain itu, responden yang memiliki tas “2 buah” sebanyak 21 orang (21%). Kemudian responden yang memiliki tas “3-4 buah” sebanyak 33 orang (33%). Terakhir adalah responden yang memiliki tas “lebih dari 4” sebanyak 40 orang (40%). Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar

responden memiliki tas lebih dari 4 buah hal ini menyebabkan perilaku konsumtif sangat tinggi dalam aspek memiliki tas.

**Tabel 27. Karakteristik Responden Berdasarkan Tas Yang Dimiliki**

Kategori	Frekuensi	Persentase
1	6	6
2	21	21
3-4	33	33
>4	40	40
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Olahan data primer, 2013

#### 4.13 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Harga Tas

Berdasarkan data hasil penelitian diketahui bahwa jumlah responden yang menjawab adalah 30 responden untuk tas yang harganya lebih dari Rp. 350.000. Responden yang menjawab “sering” sebanyak 5 orang (16,7%) dan 19 orang (63,3%) menjawab “kadang-kadang” sisanya adalah 6 (20%) orang menjawab “tidak pernah”. Selain itu, untuk tas yang harganya Rp.200.000 – Rp. 350.000 jumlah responden yang menjawab adalah 58 orang, yaitu sebanyak 28 orang (48,3%) menjawab “sering” dan 29 orang (50%) menjawab “kadang-kadang” sisanya menjawab “tidak pernah” sebanyak 1 orang (1,7%). Kemudian untuk harga tas Rp.100.000 – Rp.199.000 jumlah responden yang menjawab adalah 69 orang, yaitu sebanyak 27 orang (39,1%) menjawab “sering” dan 41 orang (59,4%) menjawab “kadang-kadang” sisanya adalah 1 orang (1,4%) menjawab “tidak pernah”. Terakhir adalah responden yang harga tasnya kurang dari Rp.100.000 sebanyak 38 responden yang menjawab, yaitu 21 orang (55,3%) menjawab “sering” dan 12 orang (31,6%) menjawab “kadang-kadang” sisanya adalah responden yang menjawab “tidak pernah” sebanyak 5 orang (13,2%). Dari data

tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden membeli tas dengan harga sedang yaitu Rp. 100.000 – Rp. 199.000 sebanyak 41 (59,4%).

**Tabel 27. Harga Tas Responden**

Harga	Sering		Kadang-kadang		Tidak pernah	
	Fre-kuensi	Persen-tase	Fre-kuensi	Persen-tase	Fre-kuensi	Persen-tase
>Rp.350.000	5	16,7	19	63,3	5	16,7
Rp.200.000- Rp.350.000	28	48,3	29	50	1	1,7
Rp.100.000- Rp.199.000	27	39,1	41	59,4	1	1,4
<Rp.100.000	21	55,3	12	31,6	5	13,2

Sumber: Olahan data primer, 2013

#### 4.14 Distribusi Frekuensi berdasarkan Sepatu Yang dimiliki Responden

Berdasarkan data hasil penelitian diketahui bahwa responden yang memiliki sepatu “1 buah” sebanyak 2 orang (2%). Selain itu, responden yang memiliki sepatu “2 buah” sebanyak 18 orang (18%). Kemudian responden yang memiliki sepatu “3-4 buah” sebanyak 35 orang (35%). Terakhir adalah responden yang memiliki sepatu “lebih dari 4” sebanyak 45 orang (45%). Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki sepatu lebih dari 4 buah, hal ini menyebabkan bahwa perilaku konsumtif sangat tinggi dalam aspek memiliki sepatu.

**Tabel 28. Karakteristik Responden Berdasarkan Sepatu yang Dimiliki**

Kategori	Frekuensi	Persentase
1	2	2
2	18	18
3-4	35	35
>4	45	45
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Olahan data primer, 2013

#### 4.15 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Harga Sepatu

Berdasarkan data hasil penelitian diketahui bahwa jumlah responden yang menjawab adalah 33 responden untuk jam tangan yang harganya lebih dari Rp. 250.000. Responden yang menjawab “sering” sebanyak 9 orang (27,3%) dan 24 orang (72,7%) menjawab “kadang-kadang”. Selain itu, untuk sepatu yang harganya Rp.150.000 – Rp. 250.000 jumlah responden yang menjawab adalah 63 orang, yaitu sebanyak 31 orang (49,2%) menjawab “sering” dan 32 orang (50,8%) menjawab “kadang-kadang”. Kemudian untuk harga sepatu Rp.50.000 – Rp.149.000 jumlah responden yang menjawab adalah 64 orang, yaitu sebanyak 34 orang (53,1%) menjawab “sering” dan 30 orang (46,9%) menjawab “kadang-kadang”. Terakhir adalah responden yang harga tasnya kurang dari Rp.50.000 sebanyak 28 responden yang menjawab, yaitu 17 orang (60,7%) menjawab “sering” dan 11 orang (39,3%) menjawab “kadang-kadang”.

**Tabel 29. Harga sepatu Responden**

Harga	Sering		Kadang-kadang	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
>Rp.250.000	9	27,3	24	72,7
Rp.150.000- Rp.250.000	31	49,2	32	50,8
Rp.50.000- Rp.149.000	34	53,1	30	46,9
<Rp.50.000	17	60,7	11	39,3

Sumber: Olahan data primer, 2013

#### 4.16 Distribusi Frekuensi Berapa Handphone yang dimiliki

Berdasarkan data hasil penelitian diketahui bahwa responden yang memiliki handphone “1 buah” sebanyak 46 orang (46%). Selain itu, responden yang memiliki handphone “2 buah” sebanyak 50 orang (50%). Terakhir adalah responden yang memiliki handpone “3buah” sebanyak 4 orang (4%). Dapat



disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki handphone lebih dari 2 sehingga hal ini dapat membuat mahasiswa berperilaku konsumtif.

**Tabel 30. Karakteristik Responden Berdasarkan Handphone Yang Dimiliki**

Kategori	Frekuensi	Persentase
1	46	46
2	50	50
3	4	4
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Olahan data primer, 2013

#### 4.17 Distribusi Frekuensi berdasarkan Pulsa Yang Dihabiskan/bulan

Berdasarkan data hasil penelitian diketahui bahwa jumlah responden yang menjawab adalah 95 responden untuk pulsa yang dihabiskan dalam 1 bulan yang harganya lebih dari Rp. 75.000. Responden yang menjawab “sering” sebanyak 45 orang (47,4%) dan 42 orang (44,2%) menjawab “kadang-kadang” sisanya adalah 8 orang (8,2%) menjawab “tidak pernah”. Selain itu, untuk pulsa yang dihabiskan dalam 1 bulan yang harganya Rp.50.000 – Rp. 75.000 jumlah responden yang menjawab adalah 95 orang, yaitu sebanyak 38 orang (40%) menjawab “sering” dan 55 orang (57,9%) menjawab “kadang-kadang” sisanya menjawab “tidak pernah” sebanyak 2 orang (2,1%). Kemudian untuk untuk pulsa yang dihabiskan dalam 1 bulan yang harganya Rp.25.000 – Rp.50.000 jumlah responden yang menjawab adalah 46 orang, yaitu sebanyak 19 orang (41,3%) menjawab “sering” dan 26 orang (56,5%) menjawab “kadang-kadang” sisanya adalah 1 orang (2,2%) menjawab “tidak pernah”. Terakhir adalah responden yang menghabiskan pulsa dalam 1 bulan yang kurang dari Rp.25.000 sebanyak 24 responden yang menjawab, yaitu 6 orang (25%) menjawab “sering” dan 10 orang (41,7%) menjawab kadang-kadang sisanya adalah responden yang menjawab

“tidak pernah” sebanyak 8 orang (33,3%). Dari data tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar responden menghabiskan pulsa dengan kategori tinggi yaitu Rp. 50.000 – Rp. 75.000 sebanyak 55 (57,9%) responden.

**Tabel 31. Pulsa yang dihabiskan Dalam Sebulan**

Harga	Sering		Kadang-kadang		Tidak pernah	
	Fre-kuensi	Persen-tase	Fre-kuensi	Persen-tase	Fre-kuensi	Persen-tase
>Rp.75.000	45	47,4	42	44,2	8	8,4
Rp.50.000- Rp.75.000	38	40	55	57,9	2	2,1
Rp.25.000- Rp.75.000	19	41,3	26	56,5	1	2,2
<Rp.25.000	6	25	10	41,7	8	33,3

Sumber: Olahan data primer, 2013

#### 4.18 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Kendaraan Responden

Berdasarkan data hasil penelitian diketahui bahwa jumlah responden yang menggunakan kendaraan pribadi sebanyak 76 orang (76%). Sedangkan untuk responden yang menggunakan kendaraan umum sebanyak 6 orang (6%). Sisanya adalah responden yang menjawab lainnya sebanyak 24 orang (24%). Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki kendaraan pribadi.

**Tabel 32. Karakteristik Responden Berdasarkan Kendaraan Yang Digunakan ke Kampus**

Kategori	Frekuensi	Persentase
Kendaraan umum	6	6
Kendaraan Pribadi	76	76
Lainnya,	18	18
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Olahan data primer, 2013

#### 4.19 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Harga Bahan Bakar Kendaraan

Berdasarkan data hasil penelitian diketahui bahwa jumlah responden yang menjawab adalah 20 responden untuk bahan bakar dalam 1 minggu yang

harganya lebih dari Rp. 100.000. Responden yang menjawab “sering” sebanyak 3 orang (15%) dan 6 orang (60%) menjawab “kadang-kadang” sisanya adalah 11 orang (55%) menjawab “tidak pernah”. Selain itu, untuk bahan bakar dalam 1 minggu yang harganya Rp.50.000 – Rp. 100.000 jumlah responden yang menjawab adalah 55 orang, yaitu sebanyak 20 orang (36,4%) menjawab “sering” dan 31 orang (56,4%) menjawab “kadang-kadang” sisanya menjawab “tidak pernah” sebanyak 4 orang (7,3%). Kemudian untuk bahan bakar dalam 1 minggu yang harganya Rp.25.000 – Rp.49.000 jumlah responden yang menjawab adalah 57 orang, yaitu sebanyak 33 orang (57,9%) menjawab “sering” dan 23 orang (40,4%) menjawab “kadang-kadang” sisanya adalah 1 orang (1,8%) menjawab “tidak pernah”. Terakhir adalah responden yang bahan bakar dalam 1 minggunya kurang dari Rp.25.000 sebanyak 30 responden yang menjawab, yaitu 10 orang (33,3%) menjawab “sering” dan 17 orang (56,7%) menjawab kadang-kadang sisanya adalah responden yang menjawab “tidak pernah” sebanyak 10 orang (3%).

**Tabel 33. Harga Bahan Bakar Kendaraan Yang digunakan Responden**

Harga	Sering		Kadang-kadang		Tidak pernah	
	Fre-kuensi	Persen-tase	Fre-kuensi	Persen-tase	Fre-kuensi	Persen-tase
>Rp.100.000	3	15	6	30	11	55
Rp.50.000- Rp.100.000	20	36,4	31	56,4	4	7,3
Rp.25.000- Rp.49.000	33	57,9	23	40	1	1,8
<Rp.25.000	10	33,3	17	56,7	3	10

Sumber: Olahan data primer, 2013

#### 4.20 Distribusi Frekuensi Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Dalam penelitian ini yang dapat digolongkan perilaku konsumtif tinggi adalah responden yang membeli makanan dengan harga yang mahal, mempunyai jam tangan, tas dan sepatu dengan harga yang mahal dan dalam jumlah yang banyak, serta memiliki *handphone* lebih dari satu dengan harga yang mahal, yang juga banyak menghabiskan pulsa, terdapat 16 responden yang termasuk dalam kategori perilaku konsumtif tinggi. Terdapat 56 responden yang termasuk dalam kategori perilaku konsumtif sedang, yaitu mahasiswa yang membeli jam tangan, tas dan sepatu tidak selalu dengan harga yang mahal, tetapi memiliki barang tersebut dengan jumlah yang banyak. Sisanya adalah 28 responden mempunyai perilaku konsumtif rendah yaitu mahasiswa membeli barang-barang yang jumlahnya tidak banyak dan harga yang tidak mahal.

**Tabel 34. Perilaku Konsumtif Mahasiswa**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Tinggi	16	16
Sedang	56	56
Rendah	28	28
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Olahan data primer, 2013

## B. PEMBAHASAN

Pada bagian ini difokuskan pada analisis inferensial bertujuan untuk melakukan generalisasi, yang meliputi estimasi (perkiraan) dan pengujian hipotesis berdasarkan data atau sampel yang telah dikumpulkan. Namun demikian titik tekan analisis inferensial dalam penelitian ini adalah generalisasi yang dilakukan

oleh peneliti akan terbatas oleh karena sampel dalam penelitian ini tidak mewakili populasi secara keseluruhan. Adapun metode eksplanatif digunakan untuk mengetahui dan menjelaskan seberapa besar hubungan antara status sosial ekonomi orang tua dan kelompok referensi dengan perilaku konsumtif mahasiswa.

### **1. Hubungan Antara Status Sosial Ekonomi dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa**

Tabel silang digunakan untuk mengamati hubungan antara dua variabel atau lebih dengan memperhatikan beberapa prinsip, kemudian dihitung persentase tiap kelompok untuk diperjelas dan melihat pengaruh antar variabel. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan status sosial ekonomi orang tua adalah kedudukan orang tua yang dilihat dari pendidikan, pendapatan, ketokohan, kehormatan dan popularitas. Sedangkan perilaku konsumtif mahasiswa dalam penelitian ini adalah uang sehari hari yang dikeluarkan oleh mahasiswa, digunakan untuk apa uangnya, waktu senggang digunakan untuk apa dan apakah yang biasa dibeli oleh mahasiswa serta harga-harga barang dan jumlah barang yang dimiliki oleh mahasiswa. Status Sosial Ekonomi Orang Tua (X1) dan perilaku konsumtif mahasiswa (Y) dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 35. Hubungan Antara Status Sosial Ekonomi Orang Tua dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa**

Status Sosial Ekonomi Orang Tua	Perilaku Konsumtif Mahasiswa			Total
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Rendah	12 (12%)	4 (4%)	0 (0%)	16 (16%)
Sedang	11 (11%)	20 (20%)	1 (1%)	32 (32%)
Tinggi	5 (5%)	32 (32%)	15 (15%)	52 (52%)
Total	28 (28%)	56 (56%)	16 (16%)	100 (100%)

Sumber: Olahan data primer, 2013

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mahasiswa yang status sosial ekonomi orang tuanya tergolong tinggi. Hal ini bisa dilihat dari 52 (52%) responden yang status sosial ekonomi orang tuanya tergolong “tinggi”. Terdapat 32 (32%) responden yang status sosial ekonomi orang tuanya tergolong “sedang”, terdapat 16 (16%) responden yang status sosial ekonomi orang tuanya tergolong “rendah”.

Sedangkan dapat diketahui juga dari 100 responden terdapat 28 (28%) responden perilaku konsumtifnya tergolong “rendah”, terdapat 56 (56%) responden yang perilaku konsumtifnya tergolong “sedang”. Terdapat 16 (16%) responden yang perilaku konsumtifnya tergolong “tinggi”.

Selain itu, terdapat 15 (15%) responden yang status sosial ekonomi orang tuanya “tinggi” dan perilaku konsumtif mahasiswa “tinggi”, 32 (32%) responden yang status sosial ekonomi orang tuanya “tinggi” dan perilaku konsumtif mahasiswa “rendah” serta terdapat 5 (5%) responden yang status sosial ekonomi orang tuanya “tinggi” dan perilaku konsumtif mahasiswa “rendah”. Sebanyak 1 (1%) responden yang status sosial ekonomi orang tuanya “sedang” dan perilaku konsumtif

mahasiswa “tinggi”, 20 (20%) responden yang status sosial ekonomi orang tuanya “sedang” dan perilaku konsumtif mahasiswa “sedang, serta 11 (11%) responden yang status sosial ekonomi orang tuanya sedang dan perilaku konsumtif mahasiswa “rendah”. Sebanyak 4 (4%) responden yang status sosial ekonomi orang tuanya “rendah” dan perilaku konsumtifnya “sedang” serta terdapat 12 (12%) responden yang status sosial ekonomi orang tuanya “rendah” dan perilaku konsumtifnya “rendah”.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan antara status sosial ekonomi orang tua dengan perilaku konsumtif mahasiswa 32 (32%) responden yang status sosial ekonomi orang tuanya tergolong “tinggi” berperilaku konsumtif “sedang”. Berdasarkan uraian di atas dan gambaran pada tabel silang menunjukkan adanya hubungan yang sedang antar kedua variabel. Dengan demikian secara umum dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara variabel status sosial ekonomi orang tua (X) dengan perilaku konsumtif mahasiswa (Y). Hubungan tersebut terjadi karena seseorang yang orang tuanya memiliki status sosial ekonomi yang tinggi yaitu orang tua dengan pendidikan tinggi, pendapatan yang tinggi dan dinilai oleh orang sebagai orang yang terpandang, menduduki posisi penting dan terkenal, dalam mengkonsumsi barang cenderung untuk membeli barang-barang yang harganya mahal. Hal ini dilakukan untuk memperlihatkan kehidupan ekonominya kepada orang lain, karena sesuatu yang dihargai dalam masyarakat biasanya berupa benda yang bernilai, terlihat mewah dan elegan sehingga dapat terlihat bahwa individu tersebut berasal dari keluarga yang mempunyai status sosial ekonomi tinggi. Hal ini lah yang menyebabkan perilaku konsumtif mahasiswa juga meningkat. Dalam penelitian ini

didapat bahwa sebagian besar mahasiswa yang mempunyai status sosial ekonomi tinggi perilaku konsumtif sedang. Hal ini berarti bahwa mahasiswa yang mempunyai orang tua dengan status sosial tinggi dalam membeli barang lebih mempertimbangkan kuantitas dari pada kualitas sehingga hal ini menyebabkan perilaku konsumtif mahasiswa tergolong sedang.

Untuk lebih jelasnya penulis melakukan uji hipotesis mengenai hubungan antara status sosial ekonomi orang tua dengan perilaku konsumtif mahasiswa melalui SPSS, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 36. Nilai Korelasi Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa**

			Kategori Status Sosial Ekonomi	Kategori Perilaku Konsumtif Mahasiswa
Spearman's rho	Kategori Status Sosial Ekonomi	Correlation Coefficient	1.000	.544**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	Kategori Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Correlation Coefficient	.544**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Olahan data primer, 2013

Pada analisis korelasi spearman didapat koefisien sebesar 0,544 menunjukkan bahwa hubungan antara status sosial ekonomi orang tua dengan perilaku konsumtif adalah sedang. Angka koefisien positif menunjukkan yang searah, yaitu jika semakin tinggi status sosial ekonomi orang tua, maka perilaku konsumtif juga akan meningkat.



### **Hipotesis**

Ho : Tidak ada hubungan antara status sosial ekonomi orang tua dengan perilaku konsumtif mahasiswa.

Ha : Ada hubungan antara status sosial ekonomi orang tua dengan perilaku konsumtif mahasiswa.

### **Kriteria Pengujian**

Jika signifikansi  $>0,05$ , maka Ho diterima

Jika signifikansi  $<0,05$  maka Ho ditolak

Keputusan:

Dari perhitungan di atas diketahui bahwa pada kolom Sig. (2-tailed) adalah 0,000, atau probabilitas di bawah 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Maka Ho ditolak atau ada hubungan (korelasi) antara status sosial ekonomi orang tua dengan perilaku konsumtif mahasiswa.

Dari kedua analisis di atas dapat di ambil kesimpulan yang sama, yaitu Ho ditolak, atau ada hubungan (Korelasi) antara status sosial ekonomi orang tua dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Jika dilihat dari hasil perhitungan korelasi antara variabel status ekonomi dengan variabel perilaku konsumtif mahasiswa menunjukkan angka 0,544. Angka tersebut menunjukkan adanya korelasi yang sedang antarvariabel tersebut atau hubungan antara status sosial ekonomi orang tua dengan perilaku konsumtif mahasiswa.

## 2. Hubungan Antara Status Sosial Ekonomi Orang Tua dengan Kelompok Referensi

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan kelompok referensi adalah seberapa besar pengaruh orang atau sekumpulan orang yang menjadi contoh atau orang yang ditiru oleh mahasiswa dalam kehidupannya untuk memenuhi gaya, model atau *trend* terbaru.

**Tabel 37. Hubungan Antara Status Sosial Ekonomi Dan Kelompok Referensi**

Status Sosial Ekonomi Orang Tua	Kelompok Referensi			Total
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Rendah	2 (2%)	8 (8%)	6 (6%)	16 (16%)
Sedang	8 (8%)	20 (20%)	4 (4%)	32 (32%)
Tinggi	19 (19%)	29 (29%)	4 (4%)	52 (52%)
Total	29 (29%)	57 (57%)	14 (14%)	100 (100%)

Sumber: Olahan data primer, 2013

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa status sosial ekonomi orang tua mahasiswa FISIP Universitas Lampung tergolong “tinggi”. Hal tersebut dikarenakan orang tua yang mempunyai kehormatan, ketokohan, popularitas, pendapatan serta pendidikan yang tinggi. Hal tersebut diketahui dari 100 responden terdapat 52 (52%) responden yang status sosial ekonomi orang tua tergolong “tinggi”, terdapat 32 (32%) responden yang status sosial ekonomi orang tua tergolong “sedang”, serta 16 (16%) responden yang status sosial ekonomi orang tua tergolong “rendah”.

Sedangkan dapat diketahui juga dari 100 responden terdapat 14 (14%) responden yang kelompok referensi tergolong “tinggi”, terdapat 57 (57%) responden yang

kelompok referensi tergolong “sedang” dan terdapat 29 (29%) responden yang kelompok referensi tergolong “rendah”. Sehingga dari hal tersebut bisa kita ketahui bahwa kelompok referensi tergolong “sedang”, hanya sedikit responden yang kelompok referensi yang “tinggi”. Hal tersebut bisa saja dikarenakan mahasiswa lebih percaya dengan diri sendiri dalam menentukan gaya atau hal apapun yang digunakan olehnya dari pada mencontoh atau meniru orang lain.

Selain itu juga diketahui terdapat 4 (4%) responden yang status sosial ekonomi orang tua “tinggi” dan kelompok referensi “tinggi”, 29 (29%) responden yang status sosial ekonomi orang tua “tinggi” dan kelompok referensi “sedang” serta terdapat 19 (19%) responden yang status sosial ekonomi orang tua tinggi kelompok referensi “rendah”. Sebanyak 4 (4%) responden yang status sosial ekonomi orang tua “sedang” dan kelompok referensi “tinggi”, 20 (20%) responden yang status sosial ekonomi orang tua “sedang” dan kelompok referensi “sedang” serta terdapat 8 (8%) responden yang status sosial ekonomi orang tua “sedang” dan kelompok referensi “rendah”. Sebanyak 6 (6%) responden yang status sosial ekonomi orang tua “rendah” dan kelompok referensi “tinggi”, 8 (8%) responden yang status sosial ekonomi orang tua “rendah” dan kelompok referensi “sedang”, serta terdapat 2 (2%) responden yang status sosial ekonomi orang tua “rendah” dan kelompok referensi “rendah”.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa kurang adanya hubungan antara status sosial ekonomi dan kelompok referensi. Hal ini bisa dilihat dari 29 (29%) responden yang status sosial ekonomi orang tua “tinggi” dan kelompok referensi “sedang”. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kurang adanya hubungan antara status sosial ekonomi orang tua dengan kelompok referensi.

Artinya, seseorang yang mempunyai orang tua dengan status sosial ekonomi tinggi biasanya bergaul dengan orang yang memiliki kedudukan yang sama, sehingga dapat membuat dirinya terpengaruh juga untuk meniru atau menyeimbangkan lingkungannya. Hal ini menunjukkan bahwa orang yang mempunyai status sosial tinggi bisa terpengaruh untuk meniru atau mencontoh orang lain yaitu temannya hanya untuk menyeimbangkan kesetaraan atau kedudukan yang dimiliki oleh mereka yang sama-sama berstatus sosial tinggi. Tetapi, ada pula yang mempunyai status sosial ekonomi tinggi dalam membeli barang tidak terpengaruh dengan kelompok referensi tersebut untuk membeli barang yang diinginkan tetapi ada faktor lainnya yang mempengaruhi.

Untuk lebih jelasnya penulis melakukan uji hipotesis mengenai hubungan antara status sosial ekonomi orang tua dengan kelompok referensi melalui SPSS, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 38. Nilai Korelasi Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua dengan Kelompok Referensi.**

			Kategori Status Sosial Ekonomi	Kategori kelompok referensi
Spearman's rho	Kategori Status Sosial Ekonomi	Correlation Coefficient	1.000	-.267**
		Sig. (2-tailed)	.	.007
		N	100	100
	Kategori kelompok referensi	Correlation Coefficient	-.267**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.007	.
		N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Olahan data primer, 2013

Pada analisis korelasi spearman didapat koefisien sebesar 0,267. Angka koefisien negatif menunjukkan hubungan yang tidak searah, yaitu jika semakin tinggi status sosial ekonomi orang tua, maka kelompok referensi semakin rendah.

### **Hipotesis**

Ho : Tidak ada hubungan antara status sosial ekonomi orang tua dengan kelompok referensi.

Ha : Ada hubungan antara status sosial ekonomi orang tua dengan kelompok referensi.

### **Kriteria Pengujian**

Jika signifikansi  $>0,05$ , maka Ho diterima

Jika signifikansi  $<0,05$  maka Ho ditolak

Keputusan

Dari perhitungan di atas diketahui bahwa pada kolom Sig. (2-tailed) adalah 0,007, atau probabilitas di bawah 0,05 ( $0,007 < 0,05$ ). Maka Ho ditolak atau ada hubungan (korelasi) antara status sosial ekonomi orang tua dengan kelompok referensi.

Dari kedua analisis di atas dapat diambil kesimpulan yang sama, yaitu Ho ditolak, atau ada hubungan (Korelasi) antara status sosial ekonomi orang tua dengan kelompok referensi. Jika dilihat dari hasil perhitungan korelasi antara variabel status ekonomi dengan variabel kelompok referensi menunjukkan angka

0,267. Angka tersebut menunjukkan adanya korelasi yang rendah antarvariabel tersebut.

### 3. Hubungan Antara Kelompok Referensi dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Untuk mengetahui hubungan antara kedua variabel tersebut digunakan tabel silang sebagai berikut:

**Tabel 38. Kelompok Referensi dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa**

Kelompok Referensi	Perilaku Konsumtif Mahasiswa			Total
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Rendah	5 (5%)	17 (17%)	7 (7%)	29 (29%)
Sedang	15 (15%)	36 (36%)	6 (6%)	57 (57%)
Tinggi	8 (8%)	29 (29%)	3 (3%)	52 (14%)
Total	28 (28%)	56 (56%)	16 (16%)	100 (100%)

Sumber: Olahan data primer, 2013

Berdasarkan tabel di atas diketahui terdapat 3 (3%) responden yang kelompok referensi “tinggi” dan perilaku konsumtif mahasiswa “tinggi”, 29 (29%) responden yang kelompok referensi “tinggi” dan perilaku konsumtif mahasiswa “sedang”, serta terdapat 8 (8%) kelompok referensi “tinggi” dan perilaku konsumtif “rendah”. Sebanyak 6 (6%) responden yang kelompok referensi “sedang” dan perilaku konsumtif “tinggi”, 36 (36%) responden yang kelompok referensi “sedang” perilaku konsumtif “sedang” serta terdapat 15 (15%) responden yang kelompok referensi “sedang”, perilaku konsumtif “rendah”. Sebanyak 7 (7%) responden yang kelompok referensi “rendah” perilaku konsumtif “tinggi”, 17 (17%) responden yang kelompok referensi “rendah” dan

perilaku konsumtif “sedang” serta terdapat 5 (5%) responden yang kelompok referensi “rendah” dan perilaku konsumtif “rendah”.

Sehingga, pada uraian dan gambaran pada tabel silang di atas, dapat disimpulkan bahwa kurang adanya hubungan antara kedua variabel tersebut. Hal ini dapat dilihat dari 36 (36%) responden yang kelompok referensi “sedang” dan perilaku konsumtif “sedang”. Mahasiswa yang suka membeli barang-barang dengan mempertimbangkan kualitas dan kuantitas dapat dipengaruhi oleh orang lain atau kelompok referensinya untuk meniru perilaku tersebut dan dapat pula mahasiswa tersebut membeli barang-barang dengan mempertimbangkan kualitas dan kuantitas bukan terpengaruh oleh orang lain tetapi karena faktor-faktor lain yang mempengaruhinya. Untuk lebih jelasnya penulis melakukan uji hipotesis mengenai hubungan antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif mahasiswa melalui SPSS, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 39. Nilai Korelasi Variabel Kelompok referensi dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa.**

Correlations				
			Kategori kelompok referensi	Kategori Perilaku Konsumtif Mahasiswa
Spearman's rho	Kategori kelompok referensi	Correlation Coefficient	1.000	-.218*
		Sig. (2-tailed)	.	.029
		N	100	100
	Kategori Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Correlation Coefficient	-.218*	1.000
		Sig. (2-tailed)	.029	.
		N	100	100

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Olahan data primer, 2013

Pada analisis korelasi spearman didapat koefisien sebesar 0,218 maka hubungan antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif adalah sangat rendah.

### **Hipotesis**

Ho : Tidak ada hubungan antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif mahasiswa.

Ha : Ada hubungan antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif mahasiswa.

### **Kriteria Pengujian**

Jika signifikansi  $>0,05$ , maka Ho diterima

Jika signifikansi  $<0,05$  maka Ho ditolak

### **Keputusan**

Dari perhitungan di atas diketahui bahwa pada kolom Sig. (2-tailed) adalah 0,029, atau probabilitas di bawah 0,05 ( $0,029 < 0,05$ ). Maka Ho ditolak atau ada hubungan (korelasi) antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif mahasiswa.

Dari kedua analisis di atas dapat di ambil kesimpulan yang sama, yaitu Ho ditolak, atau ada hubungan (Korelasi) antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Jika dilihat dari hasil perhitungan korelasi antara variabel kelompok referensi dengan variabel perilaku konsumtif mahasiswa menunjukkan angka 0,218. Angka tersebut menunjukkan adanya korelasi yang sangat rendah antarvariabel tersebut.



#### 4. Hubungan Antara Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok Referensi dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Untuk mengetahui hubungan antara ketiga variabel tersebut maka digunakan tabel silang sebagai berikut:

**Tabel 40. Hubungan Antara Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan kelompok referensi dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa.**

Kelompok Referensi	Status Sosial Ekonomi Orang Tua									Total
	Rendah			Sedang			Tinggi			
	Perilaku Konsumtif									
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
Rendah	2 12,5%	0	0	2 6,3%	6 18,8%	0	1 1,9%	11 21,2%	7 13,5%	29 29%
Sedang	4 25%	4 25%	0	7 21,9%	12 37,5%	1 3,1%	4 7,7%	20 38,5%	5 9,6%	57 57%
Tinggi	6 37,5%	0	0	2 6,3%	2 6,3%	0	0	1 1,9%	3 5,8%	14 14%
Total	16 16%			32 32%			52 52%			100 100%

Sumber: Olahan data primer, 2013

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui sebanyak 3 (5,8%) responden yang kelompok referensi “tinggi”, mempunyai status sosial ekonomi “tinggi” dan perilaku konsumtif “tinggi”. Sebanyak 1 (1,9%) responden yang kelompok referensi “tinggi” yang mempunyai status sosial ekonomi orang tua “tinggi” dan perilaku konsumtif “rendah”. Kelompok referensi “tinggi”, dan mempunyai status sosial ekonomi orang tua “sedang” serta perilaku konsumtif “sedang” sebanyak 2 (6,3%) responden. Terdapat 2 (6,3%) responden yang kelompok referensi “tinggi” yang mempunyai status sosial ekonomi “sedang” dan perilaku konsumtif “rendah”. Sedangkan kelompok referensi “tinggi” yang mempunyai status sosial “rendah” dan perilaku konsumtif “rendah” sebanyak 6 (37,5%).

Sebanyak 5 (9,6%) responden yang kelompok referensi “sedang” yang mempunyai status sosial ekonomi “tinggi” dan perilaku konsumtif mahasiswa

“tinggi”. Terdapat 20 (38,5%) responden yang kelompok referensi “sedang” yang mempunyai status sosial ekonomi “tinggi” dan perilaku konsumtif mahasiswa “sedang”. Serta sebanyak 4 (7,7%) responden yang kelompok referensi “sedang” yang mempunyai status sosial ekonomi “tinggi” dan perilaku konsumtif mahasiswa “rendah”. Hanya 1 (3,1%) responden yang kelompok referensi “rendah” yang mempunyai status sosial ekonomi “sedang” dan perilaku konsumtif mahasiswa “tinggi”. Sebanyak 12 (37,5%) responden yang kelompok referensi “sedang” yang mempunyai status sosial ekonomi orang tua “sedang” dan perilaku konsumtif “sedang”. Dan terdapat 7 (21,9%) responden yang kelompok referensi “sedang” yang mempunyai status sosial ekonomi orang tua “sedang” dan perilaku konsumtif “rendah”.

Sebanyak 4 (25%) responden yang kelompok referensi “sedang” yang mempunyai status sosial ekonomi “rendah” dan perilaku konsumtif “sedang”. Dan terdapat 4 (25%) responden yang kelompok referensi “sedang” yang mempunyai status sosial ekonomi “rendah” dan perilaku konsumtif mahasiswa “rendah”. Selain itu, terdapat 7 (13,5%) responden yang kelompok referensi “rendah” yang mempunyai status sosial ekonomi “tinggi” dan perilaku konsumtif mahasiswa “tinggi”. Sebanyak 11 (21,2%) responden yang kelompok referensi “rendah” yang mempunyai status sosial “tinggi” dan perilaku konsumtif mahasiswa “sedang”. Hanya 1 (1,9%) responden yang kelompok referensi “rendah” yang mempunyai status sosial ekonomi orang tua “tinggi” dan perilaku konsumtif mahasiswa “rendah”.

Sebanyak 6 (18,8%) responden yang kelompok referensi “sedang” yang mempunyai status sosial ekonomi “sedang” dan perilaku konsumtif mahasiswa

“sedang”. Dan terdapat 2 (6,3%) responden yang kelompok referensi “rendah” yang mempunyai status sosial ekonomi “sedang” dan perilaku konsumtif mahasiswa “rendah”. Sebanyak 2 (12,5%) responden yang kelompok referensi “rendah” yang mempunyai status sosial ekonomi orang tua “rendah” dan perilaku konsumtif “rendah”. Dari penjelasan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mahasiswa yang mempunyai status sosial ekonomi tinggi, kelompok referensi sedang dan perilaku konsumtifnya sedang. Artinya, seseorang sangat tergantung dengan kondisi yang ada, yaitu: seseorang dengan status sosial ekonomi tinggi dalam membeli barang dapat percaya dengan informasi yang diberikan oleh kelompok referensi sehingga dapat mendorong mahasiswa tersebut membeli barang – barang yang dapat menyebabkan perilaku konsumtif. Adapula, seseorang dengan status sosial ekonomi tinggi dalam membeli barang tidak terlalu terpengaruh oleh orang lain atau seseorang yang menjadi kelompok referensinya, tetapi seseorang tersebut memang menyukai barang tersebut kemudian membelinya dan menyebabkan perilaku konsumtif.

Untuk lebih jelasnya penulis melakukan uji hipotesis mengenai hubungan antara status sosial ekonomi orang tua dan kelompok referensi dengan perilaku konsumtif mahasiswa melalui SPSS yaitu sebagai berikut:

**Tabel 41. Nilai Korelasi Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Variabel Kelompok Referensi Dengan Variabel Perilaku Konsumtif Mahasiswa.**

			Correlations		
Control Variables			Kategori Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Kategori Status Sosial Ekonomi	Kategori kelompok referensi
-none <sup>a</sup>	Kategori Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Correlation	1.000	.544	-.211
		Significance (2-tailed)	.	.000	.035
		df	0	98	98
	Kategori Status Sosial Ekonomi	Correlation	.544	1.000	-.287
		Significance (2-tailed)	.000	.	.004
		df	98	0	98
	Kategori kelompok referensi	Correlation	-.211	-.287	1.000
		Significance (2-tailed)	.035	.004	.
		df	98	98	0
Kategori kelompok referensi	Kategori Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Correlation	1.000	.516	
		Significance (2-tailed)	.	.000	
		df	0	97	
	Kategori Status Sosial Ekonomi	Correlation	.516	1.000	
		Significance (2-tailed)	.000	.	
		df	97	0	

a. Cells contain zero-order (Pearson) correlations.

Sumber: Olahan data primer, 2013

Jika dilihat dari hasil perhitungan maka korelasi antara variabel “status sosial ekonomi orang tua” dengan “perilaku konsumtif mahasiswa” menunjukkan angka sebesar 0.544; angka ini menunjukkan adanya korelasi yang sedang dan searah. Ini berarti jika variabel status sosial ekonomi orang tua tinggi maka variabel perilaku konsumtif semakin tinggi.

### **Hipotesis:**

Ho : Tidak ada hubungan antara variabel status sosial ekonomi orang tua dengan perilaku konsumtif mahasiswa

Ha : Ada hubungan antara variabel status sosial ekonomi orang tua dengan perilaku konsumtif mahasiswa

**Kriteria Pengujian:**

Jika signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Jika signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Angka probabilitas dari hasil perhitungan sebesar  $0,00 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.

Artinya, ada hubungan antara status sosial ekonomi orang tua dengan perilaku konsumtif mahasiswa.

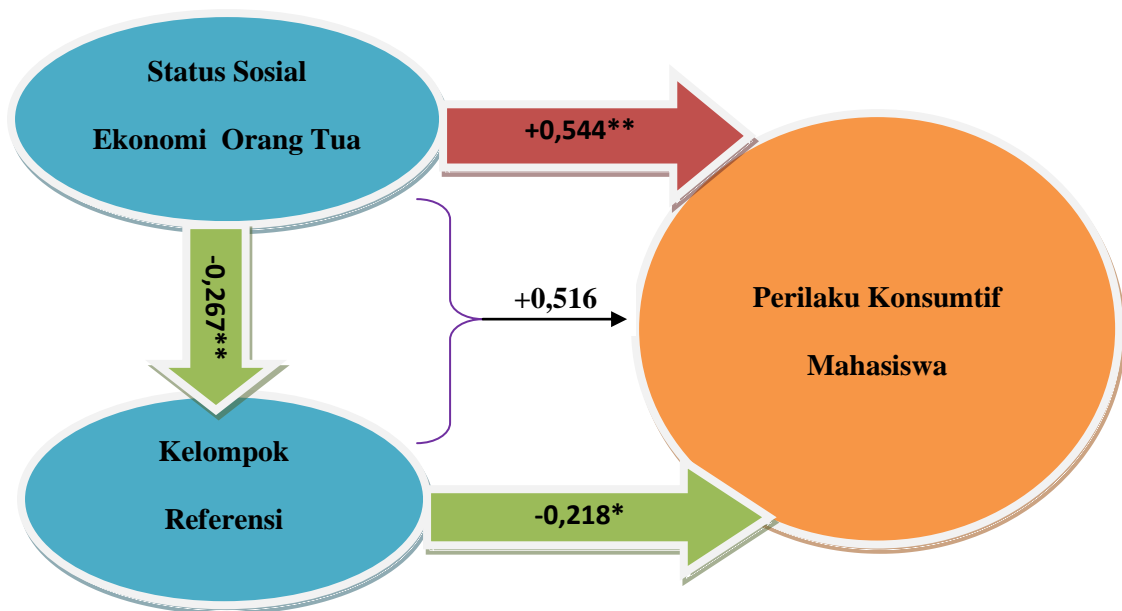
Setelah hubungan antara status sosial ekonomi orang tua dan perilaku konsumtif mahasiswa dikontrol dengan menggunakan variabel bebas kelompok referensi maka perhitungan korelasi antara variabel status sosial ekonomi orang tua dan perilaku konsumtif mahasiswa menjadi 0,516 dari semula sebesar 0,544 atau mengalami penurunan. Artinya, perilaku konsumtif mahasiswa tidak dipengaruhi oleh status sosial ekonomi orang tua saja, tetapi juga faktor kelompok referensi turut mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

Kesimpulan yang dapat diambil dari masalah tersebut ialah faktor status sosial ekonomi orang tua bukanlah satu-satunya yang mempengaruhi tinggi rendahnya perilaku konsumtif mahasiswa, melainkan juga kelompok referensi yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa yang mempunyai status sosial ekonomi tinggi akan meniru perilaku orang yang ada di dalam sekitarnya untuk dapat menyetarakan kehidupannya dalam membeli barang-barang yang dimiliki dan biasanya orang-orang yang mempunyai status sosial tinggi akan membeli barang-barang dengan harga mahal ditempat yang mewah dan sebagainya sehingga hal ini menyebabkan perilaku konsumtif.

## 5. Analisis Pembahasan

Hubungan antara status sosial ekonomi orang tua dan kelompok referensi dengan perilaku konsumtif mahasiswa dapat dijelaskan dengan bagan sebagai berikut:

### Bagan Hubungan Antara Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Kelompok Referensi Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa



Keterangan :


\* :  $p < 0,05$

\*\* :  $p < 0,01$

Variabel X : 

Variabel Y : 

Hubungan Positif : 

Hubungan Negatif : 

Dari bagan di atas dapat dijelaskan hubungan antara status sosial ekonomi dan kelompok referensi dengan perilaku konsumtif mahasiswa sebagai berikut:

1. Hubungan antara status sosial ekonomi orang tua dengan perilaku konsumtif mahasiswa menunjukkan hubungan yang positif sebesar 0,544 (hubungan sedang). Artinya adalah mahasiswa yang mempunyai orang tua dengan status sosial ekonomi tinggi dalam membeli barang dan menggunakan barang lebih mementingkan kuantitas dari pada kualitas hal ini yang dapat menyebabkan perilaku konsumtif mahasiswa. Sehingga, mahasiswa dengan perilaku konsumsi tersebut dapat digolongkan menjadi perilaku konsumtif yang “sedang”, karena mahasiswa hanya mementingkan kuantitas dari pada kualitas barang yang dimiliki dan sebaliknya.
2. Hubungan antara status sosial ekonomi orang tua dengan kelompok referensi menunjukkan angka -0,267. Angka tersebut menunjukkan rendahnya hubungan antar variabel tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tinggi rendahnya status sosial ekonomi orang tua mahasiswa tidak berpengaruh besar terhadap pengaruh yang diberikan oleh kelompok referensi dalam membeli barang yang diinginkan.
3. Hubungan antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif mahasiswa menunjukkan angka -0,218. Angka tersebut menunjukkan rendahnya hubungan antar variabel tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tinggi rendahnya pengaruh yang diberikan oleh kelompok referensi tidak berkontribusi besar terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Artinya adalah mahasiswa dalam membeli barang-barang yang berlebihan bukan dikarenakan pengaruh yang diberikan oleh kelompok referensi..

4. Hubungan antara status sosial ekonomi orang tua dengan perilaku konsumtif mahasiswa menunjukkan angka 0,544 setelah hubungan antara status sosial ekonomi orang tua dengan perilaku konsumtif mahasiswa dikontrol dengan kelompok referensi menunjukkan angka 0,516 (hubungan sedang) sehingga angka tersebut mengalami penurunan. Artinya adalah perilaku konsumtif mahasiswa tidak dipengaruhi oleh status sosial ekonomi orang tua saja, tetapi faktor kelompok referensi turut mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini dapat diartikan bahwa meskipun mahasiswa memiliki uang banyak dengan dia mampu membeli barang-barang tanpa ada seseorang untuk dicontoh yang dapat meyakini serta memberi informasi dan berkonsultasi sebagai kelompok referensi maka tidak akan menyebabkan mahasiswa berperilaku konsumtif.