

PENGARUH INTERAKSI NEGATIF TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA SANTRI REMAJA PUTRI

Almas Azimatun Qonita¹, Anisa Agustanti²

Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Ihsanul Fikri

almasazimatun16@gmail.com, anisaagustanti@gmail.com

Abstract

Study this aim for know: exist influence between interaction Friend peer with behavior consumer. Population study This is student class XI SMA IT Ihsanul Fikri with totaling 340 students and the sample of this aim is class XI-10, totaling 32 students, was determined with technique purposive random sampling. Tool measure used is scale behavior consumptive And scale interaction Friend arranged peers according to method Likert Scale. Technique analysis hypothesis use technique analysis Product moment Hypothesis on study know influence interaction Friend peer with behavior consumer. Results hypothesis that is There is influence positive negative between interaction Friend peer with behavior consumptive, value correlation product moment 0.505 which means There is influence negative ones positive between interaction Friend peer to behavior consumer. The more high interaction Friend peer so the more high behavior consumerism, I see Also the more low interaction Friend peer so the more low behavior consumer. Results study This state that donation given effectiveness by interaction Friend peer And behavior consumption is 25.5%, meanwhile the remaining 74.5% is affected by other factors do not researched in study This like factor family And self concept.

Keywords: *interaction, friend peers, behavior, consumptive*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh antara interaksi teman sebaya dengan perilaku konsumtif. Populasi penelitian ini adalah siswa kelas XI SMA IT Ihsanul Fikri dengan total 340 siswa kemudian sampel penelitian ini kelas XI-10 yang berjumlah 32 siswa yang ditentukan dengan teknik purposive random sampling. Alat ukur yang digunakan adalah skala perilaku konsumtif dan skala interaksi teman sebaya yang disusun menurut metode Skala Likert. Teknik analisis hipotesis menggunakan teknik analisis Product moment. Hipotesis pada penelitian mengetahui pengaruh interaksi teman sebaya dengan perilaku konsumtif. Hasil hipotesis yaitu ada pengaruh negatif yang positif antara interaksi teman sebaya dengan perilaku konsumtif, nilai korelasi product moment 0,505 yang artinya ada pengaruh negatif yang secara positif antara interaksi teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi interaksi teman sebaya maka semakin tinggi perilaku konsumtif, begitu juga semakin rendah interaksi teman sebaya maka semakin rendah perilaku konsumtif. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa sumbangan efektif yang diberikan oleh interaksi teman sebaya dan perilaku konsumtif 25,5% sedangkan sisanya 74,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti faktor keluarga dan konsep diri.

Kata kunci: interaksi, teman sebaya, perilaku konsumtif

A. Pendahuluan

Setiap individu memiliki keinginan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, yang menjadi dasar bagi semua perilaku (Abraham Maslow, 1943). Kebutuhan yang memengaruhi hidup dan

mati seseorang disebut sebagai kebutuhan dasar yang harus segera dipenuhi. Hal ini diperkuat oleh pendapat Derajat (kesehatan mental, 1982), yang membagi kebutuhan ini menjadi dua kategori besar: kebutuhan primer, yang merupakan kebutuhan fisik (seperti makanan, minuman, seks, dll.), dan kebutuhan spiritual, yang mencakup kebutuhan psikologis dan sosial. Kebutuhan dasar manusia dikelompokkan menjadi lima tingkat hierarki, membentuk piramida. Ini berarti bahwa kebutuhan pada tingkat pertama harus diprioritaskan sebelum seseorang dapat memenuhi tingkat kedua dan seterusnya. Kebutuhan-kebutuhan ini adalah kebutuhan fisik, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan harga diri, dan kebutuhan aktualisasi diri. Kebutuhan manusia tidak dapat dicapai tanpa upaya untuk memenuhinya, yang dapat dilakukan secara individu atau kolektif (Abdul Samad Asaf, 2020).

Kebutuhan yang terwakili dalam piramida tidak terbatas pada kelompok usia tertentu; orang-orang dari segala usia, termasuk remaja, membutuhkannya. Selama masa remaja, terdapat kesempatan untuk berkembang lebih jauh, mengalami hal-hal baru, dan mencoba aktivitas baru (Abraham Maslow, 1943). Remaja merasa dewasa seperti orang dewasa, tetapi belum sepenuhnya dewasa, sehingga memerlukan pemantauan yang sering. Hal ini diperkuat oleh pendapat Iswanto (2002) yang menyatakan bahwa masa remaja merupakan masa transisi yang ditandai dengan krisis identitas, di mana banyak pengalaman baru muncul, yang mengarah pada berbagai hasil, baik positif maupun negatif. Remaja selalu memiliki kesempatan untuk menemukan bakat mereka dan mengeksplorasi apa yang ada dalam diri mereka. Selain itu, selama masa remaja, mereka menghadapi tantangan, keterbatasan, dan hambatan yang berasal dari dalam diri mereka sendiri maupun sumber eksternal. Masa remaja merupakan salah satu periode krusial dalam rentang kehidupan (Fitri, Zola, Ifdil, dkk. 2017). Menurut Erikson (dalam Gunarsa, 2004), masa remaja merupakan masa eksplorasi identitas, di mana identitas diri dibentuk oleh pengaruh psikososial remaja yang berinteraksi dengan orang lain, terutama teman dan rekan sebaya.

Definisi remaja dalam hal usia mengacu pada individu yang berusia 13 hingga 21 tahun. Selama masa remaja, mereka dituntun untuk menjalani tugas-tugas perkembangan (Falentini, Taufik, & Mudjiran, 2013). Bersosialisasi dan berinteraksi selama masa remaja sangat penting karena banyak tuntutan perkembangan yang harus dipenuhi, termasuk perkembangan fisik, psikologis, dan terutama sosial. Di lingkungan pondok pesantren, para santri tidak dapat bebas berkomunikasi dan berinteraksi dengan masyarakat luar. Menurut Virgia Ningrum Fatnar dan Choirul Anam (2014), pentingnya bersosialisasi dan berinteraksi selama masa remaja adalah sebagai berikut: “Bersosialisasi atau berinteraksi selama masa remaja sangat penting karena selama masa ini, banyak tuntutan perkembangan yang harus dipenuhi, yaitu perkembangan dalam

aspek fisik, psikologis, dan yang paling penting, sosial. Bagi remaja, kebutuhan untuk berinteraksi dengan orang lain di luar lingkungan keluarga cukup signifikan, terutama kebutuhan untuk berinteraksi dengan teman sebaya”.

Masa remaja merupakan periode yang krusial bagi pertumbuhan dan kedewasaan manusia (Nanda, 2017). Remaja putri adalah individu berusia 12 sampai 21 tahun yang memiliki keinginan pribadi, salah satunya adalah membuat kesan melalui penampilannya, terutama di kalangan mereka yang berusia 16 sampai 19 tahun (Riyadi, 2001). Pada kelompok remaja putri, perilaku menyimpang sering terjadi dengan teman sebayanya, di mana tindakan agresif, baik verbal maupun non-verbal, dapat diamati di lingkungan sekolah dan pertemanan. Menurut Lina dan Rosyid (1997), ada beberapa aspek perilaku konsumtif, termasuk Pembelian Impulsif, Pembelian Boros, dan Pembelian Non-rasional. Assauri (2010) mencatat keinginan untuk tampil berbeda dari orang lain, kebanggaan terhadap penampilan pribadi, pencapaian status sosial, dan keinginan untuk menghindari bahaya. Lingkungan sosial merupakan salah satu faktor yang memengaruhi individu atau kelompok untuk bertindak dan melakukan perubahan (Mensi, Juliana, & Cornelius, 2020). Amsyari (1986) mendefinisikan lingkungan sosial sebagai orang lain di sekitar, seperti teman, tetangga, dan orang yang tidak dikenal di sekitar.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti, ditemukan bahwa rata-rata siswi senang berkelompok dan jarang menghabiskan waktu sendirian. Mereka yang senang berkelompok biasanya melakukan berbagai kegiatan bersama, mulai dari pergi ke sekolah bersama, makan bersama, hingga berbelanja kebutuhan pokok atau sekadar membeli jajanan (makanan kantin) di minimarket. Mereka cenderung ingin mengikuti apa yang dilakukan teman-temannya; jika seorang teman memiliki barang baru yang bagus, mereka cenderung menginginkannya juga, seringkali sering berganti aksesoris, pakaian, dan jilbab yang dikenakan di asrama. Hal ini didukung oleh hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 9 November 2023, dengan sampel 10 orang, 2 orang dari setiap kamar asrama, yang mengungkapkan bahwa mereka cenderung membeli barang semata-mata karena keinginan atau karena melihat teman-temannya membeli barang tersebut, sehingga mereka juga ingin membelinya tanpa pertimbangan apa pun, bahkan jika uang saku mereka menipis; mereka akan meminjam uang dari teman.

Sebagai makhluk sosial, manusia senantiasa berperan sebagai penyeimbang bagi orang lain dalam perkembangannya. Mampu berinteraksi dengan baik merupakan salah satu tujuan pendidikan di sekolah. Interaksi yang terjadi senantiasa melibatkan kontak dan pengaruh antar individu. Interaksi sosial yang terjadi memungkinkan masyarakat untuk mengembangkan pola pengaruh (Ade Ratna dkk., 2018). Interaksi positif dengan teman sebaya juga dapat memengaruhi

perilaku yang baik. Melalui interaksi yang baik, diharapkan siswa dapat lebih memahami diri sendiri dan meningkatkan kesadarannya untuk menghindari perilaku negatif seperti perilaku konsumtif. Keputusan untuk membeli suatu barang atau makanan hendaknya dibuat secara rasional, berdasarkan kebutuhan dan kemampuan.

Teman sebaya memberikan pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan peran guru dan orang tua. Pengaruh yang signifikan dari teman sebaya memengaruhi perubahan perilaku individu. Teman sebaya juga dapat memberikan penguatan, baik positif maupun negatif. Konseling teman sebaya berpotensi memberikan penguatan positif, karena seorang teman dapat memotivasi teman lainnya (Suwarjo, 2008). Perilaku konsumtif mengacu pada perilaku atau gaya hidup individu yang senang menghabiskan uang tanpa pertimbangan (Kementerian Keuangan, 2022). Setiaji dalam Konsumerisme (1995) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai pembelian barang yang berlebihan dan tanpa pertimbangan. Istilah "konsumtif" (sebagai kata sifat, lihat akhiran -if) sering disamakan dengan "konsumerisme". Namun, konsumerisme mengacu pada segala sesuatu yang memengaruhi konsumen. Di sisi lain, konsumtif lebih spesifik menggambarkan keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal (Elly Syarifah, 2010).

Pakar lain, Grinder (dalam Lina dan Rosyid, 1997), mendefinisikan bahwa gaya hidup manusia dikendalikan dan didorong oleh keinginan untuk memenuhi kebutuhan kesenangan, yang disebut perilaku konsumtif. Menurut Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, perilaku konsumtif didefinisikan sebagai perilaku yang cenderung mengonsumsi tanpa batas, mengutamakan faktor keinginan daripada kebutuhan. Sumartono (2002) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan berlebihan dalam mengonsumsi suatu produk. Dampak negatif dari adanya interaksi teman sebaya yang sangat dekat salahsatunya yaitu hedonisme karena melihat gaya hidup dan barang yang dimiliki temanya. Perilaku hedonism itu akan menimbulkan perilaku konsumtif atau membeli sesuatu karena nafsu keinginan dan secara berlebihan. Dampak dari adanya pembelian yang berlebihan akan menimbulkan kecemburuan sosial dan tidak adanya tabungan untuk masa depan. Rumusan masalah untuk penelitian ini adalah Pengaruh positif antara interaksi negatif teman sebaya terhadap perilaku konsumtif santri remaja putri.

B. Metode Penelitian

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif, sedangkan variabel independennya adalah interaksi dengan teman sebaya. Variabel Dependen: Perilaku konsumtif mengacu pada perilaku atau gaya hidup individu yang gemar membeli atau menghabiskan uang

tanpa mempertimbangkan manfaatnya, dan hanya berfokus pada kepuasan. Variabel Independen: Interaksi dengan teman sebaya adalah pengaruh antar individu dengan kesamaan tertentu yang saling memengaruhi. Lingkungan sekitar dalam interaksi dengan teman sebaya juga memengaruhi perilaku yang mungkin muncul.

Populasi dalam penelitian ini adalah siswa kelas XI SMA IT Ihsanul Fikri Magelang tahun ajaran 2024/2025 yang menunjukkan perilaku konsumtif yang ditandai dengan seringnya mengemil, sering berganti aksesoris, dan mengikuti tren terkini. Jumlah siswa SMA IT Ihsanul Fikri tahun ajaran 2024/2025 adalah 340 siswa yang terbagi dalam 10 kelas. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive random sampling. Menurut Sugiyono (2011), purposive random sampling adalah pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel dari kelas XI-10 diperoleh berdasarkan hasil di mana 7 dari 10 perwakilan dari setiap asrama berasal dari kelas XI-10.

Variabel perilaku konsumtif dapat diungkap menggunakan skala Likert. Skala perilaku konsumtif mengacu pada teori Sintya (2021), dan skala interaksi teman sebaya mengacu pada penelitian Delvi (2021). Untuk melengkapi data yang ada, peneliti juga melakukan wawancara. Metode Likert menyediakan lima jawaban di mana subjek diminta untuk memilih satu jawaban yang sesuai dengan situasi mereka. Kelima kategori jawaban ini bertujuan untuk menghilangkan kelemahan yang melekat pada skala lima poin yang mencakup kategori jawaban netral atau menengah. Jawaban berkisar dari 1 hingga 5 dengan penjelasan berikut: untuk jawaban positif, Selalu (SL) = 5, Sering (SR) = 4, Kadang-kadang (KD) = 3, Jarang (JR) = 2, dan Tidak Pernah (TP) = 1. Untuk pernyataan positif, jawaban Sangat Sering (SL) = 5, Sering (SR) = 4, Kadang-kadang (KD) = 3, dan untuk pernyataan negatif, Jarang (JR) = 2 dan Tidak Pernah (TP) = 1 (Azwar, 2007).

Kriteria suatu item dikatakan valid untuk pengujian penelitian adalah $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau $r_{hitung} > 0,361$. Uji validitas digunakan untuk menunjukkan valid tidaknya alat ukur yang digunakan dalam penelitian (Ghozali, 2009). Menurut Sugiyono (2019), validitas mengacu pada instrumen yang digunakan untuk mengukur data yang terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan dalam penelitian. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi alat ukur dalam menilai suatu konsep (Hartono, 2015). Dua puluh item yang valid dapat digunakan sebagai bahan penelitian untuk mengumpulkan data tentang perilaku konsumtif. Dari 27 item mengenai interaksi teman sebaya, $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau $r_{hitung} > 0,361$, dengan demikian 24 item dapat digunakan sebagai bahan penelitian untuk mengumpulkan data tentang interaksi teman sebaya.

Menurut Sugiyono (2016), reliabilitas mengacu pada keandalan instrumen penelitian.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur skala rentang (skala Likert 1-5) adalah Cronbach's Alpha (Duwi Priyanto, 2012). Dengan menggunakan ambang batas 0,6, dapat ditentukan apakah instrumen tersebut reliabel atau tidak. Menurut Sekaran (dalam Priyatno, 2014), skor reliabilitas kurang dari 0,6 dianggap buruk, sedangkan skor 0,7 atau lebih dapat diterima. Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai Cronbach alpha untuk perilaku konsumtif adalah $0,895 > 0,60$ dan untuk interaksi teman sebaya adalah $0,941 > 0,60$, yang dapat disimpulkan bahwa instrumen ini dapat digunakan untuk pengumpulan data di lapangan. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan teknik korelasi product moment.

C. Pembahasan

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini akan diuji dengan menggunakan korelasi *product moment*. Uji tersebut digunakan untuk analisis menyatakan ada atau tidaknya pengaruh antara variable X terhadap variable Y dan untuk menyatakan kaitan variabel satu dengan lainnya maka perlu dilakukan uji kelayakan data terlebih dahulu, yaitu uji normalitas dan uji linearitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian antar data berdistribusi normal dengan membandingkan mean dan standart deviasi yang sama dengan data kita. Rumus yang digunakan menurut Duwi Priyatno (2016) untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data adalah jika $p > 0.05$, maka sebaran normal. Jika $p < 0.05$ Maka sebaran tidak normal. Uji normalitas digunakan untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi secara normal atau tidak dapat diketahui dengan menggunakan menggunakan analisis *shapiro wilk*. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada grafik berikut ini:

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Variabel	Z Kolmogorov-Smirnov	P Kolmogoro v-Smirnov	Subyek	Keterangan
Perilaku Konsumti f	0,075	0,987	32	Normal
Interaksi Teman Sebaya	0,099	0,95	32	Normal

Berdasarkan data tabel di atas tentang uji normalitas shapiro wilk (data kurang dari 50) dapat dijelaskan bahwa variabel interaksi teman sebaya sebesar $0,200 > 0,05$, dan variabel perilaku konsumtif sebesar $0,200 > 0,05$. Sehingga, dapat disimpulkan seluruh data berdistribusi normal dan dapat digunakan sebagai data penelitian.

b. Uji Linearitas

Uji Linearitas yaitu uji yang dilakukan untuk mencari persamaan variable penelitian x terhadap variable terikat y.

Tabel 2 Hasil Uji Linearitas

Variable Dependen	Variable Independen	Nilai		Keterangan
		F	P	
Perilaku Konsumtif	Interaksi Teman Sebaya	1.271	0,395	Linear
		1.326	0,37	Linear

Berdasarkan data tabel di atas tentang uji linearitas dapat dijelaskan bahwa nilai *deviation from linearity* sebesar 0,370 artinya $0,370 > 0,05$. Sehingga, data interaksi teman sebaya dan perilaku konsumtif terdapat pengaruh secara linear.

Hasil uji prasyarat yaitu uji normalitas dan uji linearitas menunjukkan bahwa data penelitian terdistribusi normal dan linear. Berdasarkan hal tersebut maka analisis data untuk pengujian hipotesis penelitian ini bisa dilakukan dan diteruskan dengan analisis korelasi *product moment* untuk menguji hipotesis serta analisis regresi.

c. Analisis Korelasi *Product Moment*

Uji korelasi merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen (interaksi teman sebaya) dengan variabel dependen (perilaku konsumtif). Di mana dapat dijelaskan dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Uji Product Moment

Variable Dependen	Variable Independen	Nilai korelasi product moment	p	Keterangan
Perilaku Konsumtif	Interaksi Teman Sebaya	0,505	0,395	Signifikan
		0,505	0,37	Signifikasi

Berdasarkan hasil dari tabel di atas tentang uji korelasi pearson pada variabel interaksi teman sebaya dan perilaku konsumtif mendapatkan nilai korelasi product moment sebesar 0,505 dan nilai p sebesar 0,395 ($p < 0,01$). Hal ini berarti hipotesis diterima dan ada pengaruh positif antara interaksi teman sebaya dan perilaku konsumtif pada santri remaja putri. Koefisien korelasi (r) sebesar 0,505 yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen karena nilai R mendekati angka 1. Hal itu menunjukkan semakin besar nilai X maka semakin besar pula nilai Y .

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dalam penelitian, diketahui hipotesis diterima. Hipotesis awal dalam penelitian ini yaitu ada pengaruh positif antara interaksi negatif teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pada santri remaja putri. Semakin tinggi kedekatan teman sebaya semakin mempengaruhi perilaku konsumtif. Hipotesis akhir penelitian ini hasil analisis pengujian dengan menggunakan analisis korelasi sederhana pearson product moment menunjukkan adanya angka korelasi sebesar 0,505 ($p < 0,01$).

Hasil ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara interaksi teman sebaya dengan perilaku konsumtif. Semakin besar peningkatan interaksi teman sebaya artinya perilaku konsumtif akan semakin tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima yang berarti terdapat pengaruh antara interaksi teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada santri remaja putri. Perilaku konsumtif merupakan perilaku individu yang tidak bisa menahan keinginan membeli suatu barang (Ancok, 1995).

Dampak yang ditimbulkan akibat adanya perilaku konsumtif ini salah satunya yaitu menimbulkan kecemburuan antar sesama. Kecenderungan remaja untuk berperilaku konsumtif sesuai dengan karakter psikologis perkembangannya yaitu penyesuaian dengan kelompok teman sebaya, sesuai dengan pendapat Hurlock (2001) kelompok teman sebaya merupakan sarana bersosialisasi bagi anak-anak. Kelompok teman sebaya memiliki peran sangat penting untuk perkembangan remaja. Kelompok sebaya dalam hal ini adalah teman asrama, teman sekolah sangat berpengaruh terhadap proses sosialisasinya selama remaja. Selain menjadi sumber pelindung perasaan, namun juga menjadi acuan perilaku (Yusuf, 2018). Salah satu faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu konsep diri, motivasi kepribadian dan harga diri. Motivasi merupakan dorongan yang dimiliki individu untuk melakukan suatu perilaku dalam rangka menemukan konsep diri, kepribadian dan meningkatkan harga diri. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif salah satunya yaitu lingkungan, keluarga dan teman atau masyarakat sekitar, yang menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu interaksi teman sebaya.

Interaksi teman sebaya merupakan pengaruh timbal balik beberapa manusia dengan fase perkembangan yang relatif sama. Interaksi teman sebaya antar siswa dibutuhkan karena dorongan sifat dasar manusia sebagai makhluk sosial (Ade, 2018). Melalui interaksi teman sebaya remaja belajar keterampilan sosial dan berperilaku. Interaksi teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku remaja (Ristiani, 2008). Dampak negatif yang terjadi dalam interaksi teman sebaya yaitu remaja cenderung hanya menerima teman yang memiliki kesamaan sehingga remaja akan melakukan apapun agar diterima di kelompok tersebut. Salah satu hal yang dilakukannya yaitu merubah penampilan dan melakukan pembelian tidak wajar.

Dinamika kedua variabel bisa dilihat pada uraian aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Assauri (2010), bahwa aspek pembelian emosional (emotional buying aspects) terdiri dari: pembelian ingin tampak berbeda dengan yang lain, kebanggaan karena penampilan pribadinya, pencapaian status sosial, untuk terhindar dari keadaan bahaya. Makna dari komponen pembelian ingin tampak beda dengan yang lain, dapat dimaknai sebagai bentuk

bahwa ingin menunjukkan bahwa dirinya mampu tampil beda dibanding yang lain. Menurut Wahyudi (2013) perilaku konsumtif yaitu perilaku seseorang membeli tidak lagi pertimbangan rasional, tetapi lebih pada kecenderungan matrealistik untuk memiliki benda-benda mewah berlebihan. Makna dari komponen pembelian kebanggaan karena penampilan pribadinya, dapat dimaknai sebagai berhasil membuat penampilannya menarik dibanding yang lain dengan pembelian barang tertentu.

Menurut Fromm (2008) perilaku konsumtif sebagai keinginan meningkatkan sesuatu untuk mendapatkan kepuasan dalam kepemilikan barang atau jasa tanpa memperdulikan kegunaan. Makna dari komponen pencapaian status sosial, dapat dimaknai sebagai penampilan seseorang juga menggambarkan bagaimana status sosial mereka dengan pakaian atau barang branded yang mereka gunakan. Tambunan (2001) mengatakan perilaku konsumtif menunjukkan bahwa perilaku konsumen yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksi untuk barang dan jasa bukan menjadi kebutuhan pokok. Menurut ahli lain Dahlan (dalam Sumartono, 2003) perilaku konsumtif adalah perilaku yang suka menampilkan kehidupan mewah, menggunakan sesuatu yang mahal untuk memberi kepuasan. Makna dari komponen untuk terhindar dari keadaan bahaya, dapat dimaknai sebagai bentuk perlindungan diri agar bisa diterima di lingkungan tertentu, keinginan untuk diterima di suatu kelompok biasanya remaja akan melakukan perbaikan penampilan dan melakukan pembelian tidak wajar. Menurut Shciffman dan Kanuk (2008) kelompok referensi memiliki pengaruh yang kuat karena kelompok referensi merupakan tempat individu melakukan perbandingan, memberikan nilai, informasi serta menyediakan pertunjukan untuk melakukan proses konsumsi.

Remaja putri merupakan individu yang memiliki minat pada diri sendiri dan penampilan. Pada usia sekolah menengah remaja putri cenderung menghabiskan waktunya untuk melakukan kesenangan persahabatan dan kegiatan berkelompok. Melalui pondok pesantren santri remaja memperoleh pendidikan kognitif, komunikasi dan sosial emosional secara bersamaan. Kehidupan asrama yang didominasi bersama-sama teman sebaya sehingga terjadi kedekatan teman sebaya (*peer attachment*). Perasaan yang kuat antar individu dalam menjaga kedekatan dan kecenderungan dalam pertemanan sebayanya (Armsden & Greenberg, dalam Syahrini 2019).

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan diterima, yaitu ada pengaruh antara interaksi teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada santri remaja putri. Hasil uji product moment ditemukan r sebesar 0,505 nilai F sebesar 0,395 ($p,0,01$). Hasil ini menunjukkan bahwa interaksi teman sebaya merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif.

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa santri remaja putri yang memiliki perilaku konsumtif kategori rendah 46,88% sebanyak 15 anak, Hasil ini menunjukkan bahwa interaksi teman sebaya merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa santri remaja putri yang memiliki perilaku konsumtif kategori rendah 46,88% sebanyak 15 anak, perilaku konsumtif kategori sedang 37,5% sebanyak 12 anak dan perilaku konsumtif kategori tinggi 15,6% sebanyak 5 anak. Dapat disimpulkan bahwa variable perilaku konsumtif sedang dan sumbangan efektif interaksi teman sebaya terhadap perilaku konsumtif sebesar 25,5% sedangkan 74,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diukur dalam penelitian ini. Interaksi teman sebaya negatif secara positif mempengaruhi perilaku konsumtif, hal ini juga didukung dengan hasil penelitian dari Andini (2016) yang telah terbukti bahwa ada pengaruh yang signifikan antara interaksi teman sebaya dengan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif sangat dipengaruhi oleh lingkungan dan teman sebaya, hal ini diperkuat oleh penelitian Misda (2019) mengenai pengaruh lingkungan interaksi teman sebaya terhadap perilaku konsumtif dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif. Selain interaksi antar teman sebaya, perilaku konformitas antar teman sebaya juga sangat mempengaruhi perilaku konsumtif menurut penelitian Irma (2021).

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh negatif yang secara positif mempengaruhi antara interaksi teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi interaksi teman sebaya maka semakin tinggi perilaku konsumtif, begitu juga semakin rendah interaksi teman sebaya maka semakin rendah perilaku konsumtif.

D. Kesimpulan

Terdapat pengaruh antara interaksi teman sebaya dan perilaku konsumtif pada santri remaja putri. Sumbangan efektif interaksi teman sebaya dan perilaku konsumtif sebesar 25,5% sedangkan sisanya 74,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti faktor keluarga dan konsep diri. Santri putri yang memiliki kemampuan interaksi sosial yang baik cenderung lebih mudah terpengaruh dan mempengaruhi antar satu sama lain. Dampak dari baiknya kedekatan interaksi teman sebayaa akan memberikan dampak positifnya mampu memberikan motivasi untuk lebih baik baik secara akademik maupun kemampuan social beradaptasi namun dampak negatifnya bisa memberikan pengaruh negative salah satunya perilaku konsumtif dan boros. Terdapat pengaruh negatif yang positif antara interaksi teman sebaya dengan perilaku konsumtif. Artinta semakin tinggi interaksi teman sebaya maka perilaku konsumtif akan tinggi, begitupun sebaliknya semakin rendah interaksi antar teman sebaya maka

perilaku konsumtif akan rendah. Interaksi teman sebaya yang tinggi akan memberikan peranan seperti: dukungan social, pengajaran keterampilan social, agen sosialisasi atau penyesuaian diri dan model atau contoh perilaku (Ajat Sudrajat, 2018). Pada penelitian ini, peneliti sudah berusaha mengerjakan sesuai kemampuan dan batasan penelitian yang sudah ditetapkan oleh peneliti, tetapi masih ada beberapa kelemahan apabila penelitian ini akan dilanjutkan, kelemahannya seperti sampel dalam 46 penelitian ini belum terlalu banyak, kemudian kelemahan lainnya yaitu setelah diukur tingginya perilaku konsumtif ternyata termasuk rata-rata atau sedang, kedepannya penelitian selanjutnya bisa melakukan observasi dan wawancara lebih mendalam dahulu.

Daftar Pustaka

- Anggraini, R. T., Fauzan, &, & Santhoso, H. (2017). Pengaruh antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology*, 3(3), 131–140.
- Assauri. (2010). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Raja Grafindo: Jakarta
- Desmita, Psikologi Perkembangan. 2009. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Edwin, P., Paska, I. N., & Laka, L. (n.d.). SELF-REGULATED LEARNING SISWA
- Ellis, R., Huliselan, N., & Tuasikal, R. F. (2020). Efektivitas Model Konseling Teman Sebaya Untuk Mengurangi Perilaku Prokrastinasi Akademik Pada Mahasiswa. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Terapan*, 4(1), 92. <https://doi.org/10.30598/jbkt.v4i1.1112>
- Erhamwilda. (2014)
- Fatnar, V. N. (2014). Kemampuan Interaksi Sosial Antara Remaja. *Jurnal Fakultas Psikologi*, 2(2), 71–75.
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Pengaruh antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di genuk indah semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 12, (1), 55–68. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jpu.12.1.1-14>
- <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/fipbk/article/view/882>
- Irwanto. (2002). *Psikologi Umum*. Jakarta: Prenhallindo: Jakarta
- Isriyah, Mudafiatun., Aziz, Akhamd Rifqi., Hastiani. (2023). *Konsep & Implementasi Teknik Konseling dalam Layanan BK*. Oase Pustaka: Sukoharjo
- John W. Santrock, *Perkembangan Anak*. Jakarta: Gelora Aksara Utama, 2007
- Khafida, A. A., & Hadiyati, F. N. R. (2020). Pengaruh Antara Koformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Skincare di Marketplace Pada Remaja Putri SMA N 1 Kendal. *Jurnal EMPATI*, 8(3), 588–592. <https://doi.org/10.14710/empati.2019.26501>
- Latar Belakang Masalah Di tengah arus informasi yang begitu masif dan menawarkan begitu banyak hal mencapai hasil akhir yang memuaskan. Siswa diarahkan pada proses belajar yang efektif, kompetensi SRL. Menurut Lizarraga et al. (2003 ; dalam Dettori & Giannetti, 2005), yang baik dan memandang keberhasilan itu sebagai proses yang dapat dikontrol dan. 6, 39– 54.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6. <https://doi.org/10.29210/3003210000>
- Lina dan Rosyid. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus Of Control Pada Remaja Putri. *Psikologika: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*
- Maghfiroh, I., Khairuddin, A., & Juandi, W. (2020). Pendekatan Behavior Dalam Menanggulangi Perilaku Konsumtif Pada Santri. *Maddah: Jurnal Komunikasi Dan Konseling Islam*, 2(2), 63–69. <https://doi.org/10.35316/maddah.v2i2.846>

- Mensi M. Sapara, Lumintang, Juliana., Cornelius J. Paat (2020). Dampak Lingkungan Sosial Terhadap Perubahan Perilaku Remaja Perempuan Di Desa Ammat Kecamatan Tampan'amma Kabupaten Kepulauan Talaud. *Jurnal Holistik* ISSN: 1979-0481
- Mujahidah, A. N. (2020). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di Smk Negeri 8 Makasar). *Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan*, 1–18. <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/18970%0A>
- Mujahidah, A. N. (2021). *Indonesian Journal of School Counseling: Theory, Application and Development* Homepage: <https://ojs.unm.ac.id/ijosc> DOI: <https://doi.org/10.26858/ijosc.v1i1.19316> Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganannya *Indonesian Journal of School Counseling: Theory, Application and Development* Volume 1 Nomor 1 Tahun 2021. Pages 01-10 Homepage : <https://ojs.unm.ac.id/ijosc> DOI: <https://doi.org/10.26858/ijosc.v1i1.19316>. 1(2), 1–10.
- Pangemanan, M. J., Saerang, D. P. E., & Maramis, J. B. (2022). Online Impulse Buying Konsumen e-commerce Generasi Z di Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 1203–1210. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.41440>
- Pembelajaran, A. C. (n.d.). Pertemuan 12 analisis korelasi product momen pearson.
- Prima, N. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dengan Kenaikan Berat Badan Pada Siswi Ma Al Hidayah Purworejo Klampok Kabupaten Banjarnegara. *Jurnal UMP*, 2003, 12–45.
- Psikologi, P. S., Kedokteran, F., & Udayana, U. (2015). PADA REMAJA PUTRI DI KOTA DENPASAR Made Indah Yuliantari dan Yohanes Kartika Herdiyanto. 2(1), 89–99.
- Putri, H. S., & Indrawati, E. S. (2016). Pengaruh Antara Konformitas Terhadap Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswi Di Sma Semesta Semarang. *Jurnal Empati*, 5(3), 503–506.
- Ramayanti, I., & Musafiri, M. R. Al. (2021). Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Santri Asrama Ar-Roudloh Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam. *Jurnal At-Taujih*, 1(2), 18. <https://doi.org/10.30739/jbkid.v1i2.1160>
- Rizem Aidid, Sahabatmu Kekuatan Jiwamu, (Yogyakarta: Diva Press, 2015), hal.27.
- Sapara, M. M., Lumintang, J., & Paat, C. J. (2020). Dampak Lingkungan Sosial Terhadap Perubahan Perilaku Remaja Perempuan di Desa Ammat Kecamatan Tampan'amma Kabupaten Kepulauan Talaud. *Jurnal Holistik*, 13(3), 1–16. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/holistik/article/view/29607>
- Septiani, M. N. (2019). Pengaruh Bimbingan dan Konseling Individu Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja. *Irsyad: Jurnal Bimbingan, Penyuluhan, Konseling, Dan Psikoterapi Islam*, 7(2), 167–190. <https://doi.org/10.15575/irsyad.v7i2.877>
- Setiaji. (1995). *Perilaku Konsumen*. Alfabeta: Bandung
- Soviati, Sovi. (2022). *Perilaku Konsumtif Pembawa Petaka Di Era Modern*. Kementrian Keuangan Republik Indonesia: Bandungh
- Sudarwan Danim. (2011) *Perkembangan Peserta Didik*. Bandung: Alfabeta Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Alfabeta: Bandung
- Suwarjeni, Wiratna. (2015) *Metodelogi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press: Yogyakarta
- Tohirin. (2015). *Bimbingan dan Konseling di Sekolah dan Madrasah (berbasis integrasi)*. Raja Grafindo: Depok
- Wijayanti, A. K. (2016). Pengaruh Interaksi Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif pada Siswa Kelas XI di SMA N 6 Yogyakarta. *E-Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 2(5), 41–49.