



Pengaruh Media Sosial, Teman Sebaya, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Jurusan Bisnis Ritel SMK Negeri 14 Jakarta

Nabila Anindhita^{1*}, Nadya Fadillah Fidhyallah², Daru Putri Kusumaningtyas³
Pendidikan Bisnis, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, Indonesia^{1,2,3}

*Email Korespodensi: nabilaanindhita01@gmail.com

Diterima: 01-07-2026 | Disetujui: 06-07-2026 | Diterbitkan: 08-07-2026

ABSTRACT

This study aimed to analyze the influence of social media, peer groups, and lifestyle on the consumptive behavior of Retail Business Department students at SMK Negeri 14 Jakarta, both partially and simultaneously. This study employed a quantitative method with a survey approach. The sample consisted of 140 respondents selected using the proportional random sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using IBM SPSS Statistics Version 24 with multiple linear regression analysis. The results showed that social media and lifestyle had a positive and significant influence on students' consumptive behavior, while peer groups had no significant influence on consumptive behavior. Simultaneously, social media, peer groups, and lifestyle had a significant influence on students' consumptive behavior. The Adjusted R Square value of 0.634 indicates that these three variables explain 63.4% of the variance in student consumptive behavior, while the remaining 36.6% is explained by other variables not examined in this study.

Keywords: Social Media; Peer Groups; Lifestyle; Consumptive Behavior

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial, teman sebaya, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif siswa Jurusan Bisnis Ritel SMK Negeri 14 Jakarta baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Sampel penelitian berjumlah 140 responden yang dipilih menggunakan teknik proportional random sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics Versi 24 dengan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa, sedangkan teman sebaya tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Secara simultan, media sosial, teman sebaya, dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,634 menunjukkan bahwa ketiga variabel mampu menjelaskan variasi perilaku konsumtif sebesar 63,4%, sedangkan sisanya sebesar 36,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

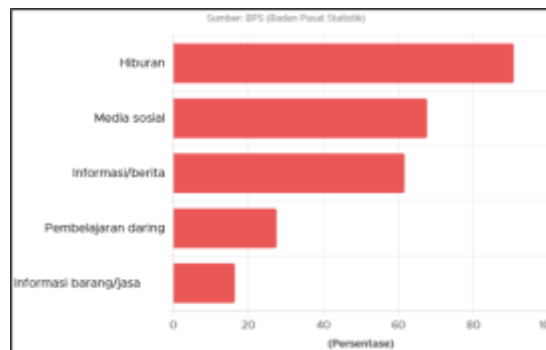
Katakunci: Media Sosial; Teman Sebaya; Gaya Hidup; Perilaku Konsumtif.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Anindhita, N., Fidhyallah, N. F., & Kusumaningtyas, D. P. (2026). Pengaruh Media Sosial, Teman Sebaya, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Jurusan Bisnis Ritel SMK Negeri 14 Jakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen Indonesia*, 2(2), 1821-1835. <https://doi.org/10.63822/dqkzpp87>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam pola konsumsi masyarakat. Proses digitalisasi tidak hanya mengubah cara individu memperoleh informasi dan berinteraksi, tetapi juga memengaruhi pola dan keputusan individu dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Perubahan tersebut sangat dirasakan oleh kalangan remaja, khususnya siswa sekolah menengah, yang merupakan kelompok usia adaptif terhadap perkembangan teknologi. Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024), tingkat penggunaan internet nasional mencapai 79,5% dari total populasi, dengan kelompok usia Generasi Z (12-27 tahun) mendominasi pengguna internet sebesar 87,02%. Sementara itu, data Badan Pusat Statistik (BPS) Statistik Pendidikan 2024 menunjukkan bahwa 67,65% peserta didik usia 5-24 tahun mengakses internet untuk media sosial.



Gambar 1. Tujuan Utama Peserta Didik Mengakses Internet Tahun 2024
(Sumber: Badan Pusat Statistik, 2024)

Diagram di atas menunjukkan bahwa media sosial menempati posisi kedua sebagai tujuan utama peserta didik dalam mengakses internet setelah hiburan. Tingginya persentase penggunaan internet untuk media sosial mencerminkan bahwa siswa memiliki intensitas interaksi digital yang tinggi, yang berpotensi meningkatkan paparan terhadap berbagai konten promosi dan tren konsumsi.

Seiring dengan perkembangan tersebut, fenomena perilaku konsumtif semakin menguat di kalangan remaja. Menurut Yulianti dan Hardiansyah (2023), perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk melakukan pembelian secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya, sehingga berdampak negatif terhadap pengelolaan keuangan. Perilaku ini mendorong individu untuk membeli barang yang tidak dibutuhkan dan menyebabkan pemborosan dalam penggunaan uang. Perilaku konsumtif muncul ketika aktivitas konsumsi tidak lagi berorientasi pada pemenuhan kebutuhan dasar, melainkan dipengaruhi oleh dorongan emosional tanpa mempertimbangkan nilai guna dan manfaat fungsional dari produk yang dikonsumsi (Lutfiah *et al.*, 2022).

Fenomena perilaku konsumtif juga ditemukan dalam konteks pendidikan, khususnya pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Penelitian Gultom dan Silalahi (2024) pada siswa SMK Teladan Tanah Jawa menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa. Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa banyak siswa mengalokasikan uang saku untuk pengeluaran yang tidak sesuai dengan kebutuhan sebagai pelajar, kurang mempertimbangkan aspek penghematan, serta cenderung melakukan pembelian secara impulsif. Fenomena perilaku konsumtif di

kalangan remaja semakin menguat seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial sebagai ruang interaksi dan konsumsi digital. Penelitian Winda Dewi Ningsih *et al.* (2025) menunjukkan bahwa semakin sering individu melihat konten promosi di media sosial, semakin tinggi kecenderungan individu melakukan pembelian secara impulsif.

Fenomena perilaku konsumtif juga diperkuat oleh penelitian Hindun dan Arip (2024) yang menunjukkan bahwa media sosial, teman sebaya, dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif merupakan hasil dari pengaruh berbagai faktor yang saling berkaitan. Data Badan Pusat Statistik (BPS, 2025) juga menunjukkan bahwa persentase pengeluaran penduduk Indonesia tidak hanya didominasi oleh kebutuhan makanan, tetapi juga pengeluaran non-makanan yang mencakup kebutuhan sekunder dan tersier seperti pakaian, transportasi, komunikasi, dan hiburan. Selain itu, berdasarkan laporan Indonesia Gen Z Report 2024 oleh IDN Research Institute (2024), sekitar 72% generasi Z lebih memilih berbelanja melalui Shopee, diikuti oleh Tokopedia (12%) dan TikTok Shop (11%), menunjukkan bahwa mayoritas remaja telah menjadikan aktivitas belanja *online* sebagai bagian dari gaya hidup sehari-hari.

Untuk memperkuat pemilihan lokasi penelitian, peneliti melakukan pra-survei awal terhadap siswa dari tiga SMK Negeri di Jakarta, yaitu SMKN 14 Jakarta, SMKN 46 Jakarta, dan SMKN 48 Jakarta. Hasil pra-survei menunjukkan bahwa siswa SMKN 14 Jakarta memiliki rata-rata skor perilaku konsumtif tertinggi (3,74) dibandingkan SMKN 46 Jakarta (2,92) dan SMKN 48 Jakarta (3,06).



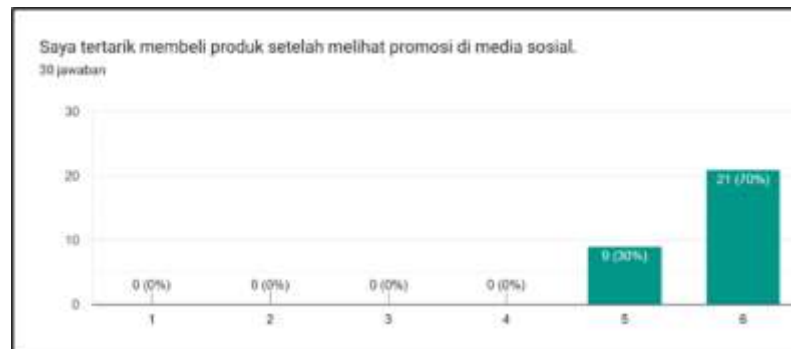
Gambar 2. Rata-rata Perilaku Konsumtif Siswa pada Tiga SMK Negeri
(Sumber: Data primer diolah peneliti, 2025)

Penelitian selanjutnya difokuskan pada SMKN 14 Jakarta. Pra-survei lanjutan terhadap seluruh jurusan yang terdapat di SMKN 14 Jakarta menunjukkan bahwa siswa jurusan Bisnis Ritel memiliki rata-rata skor perilaku konsumtif tertinggi (5,40) dibandingkan jurusan AKL (2,61), DKV (2,00), dan MPLB (2,00).

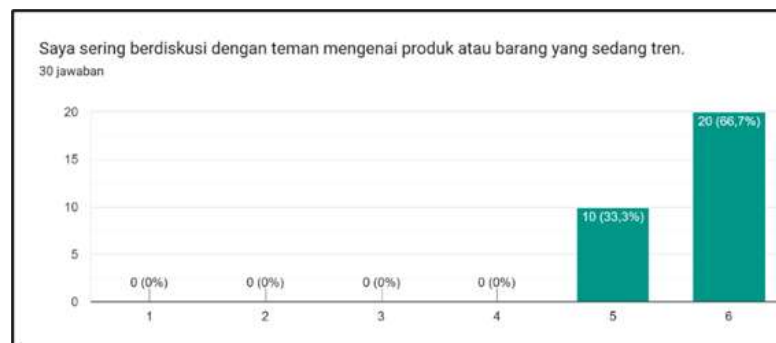


Gambar 3. Rata-rata Skor Perilaku Konsumtif Berdasarkan Jurusan
(Sumber: Data primer diolah peneliti, 2025)

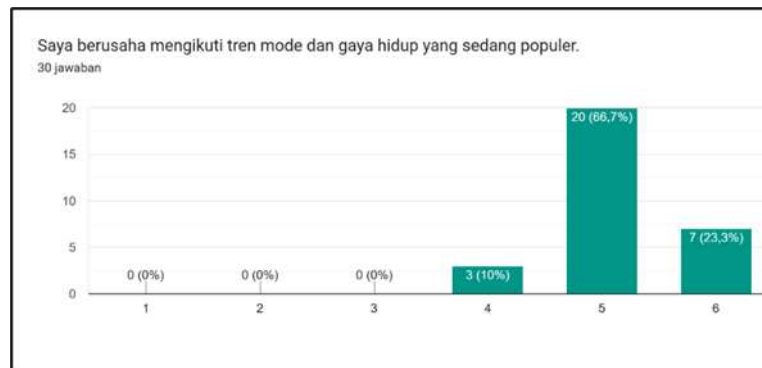
Hasil pra-survei menggunakan kuesioner terhadap 30 siswa kelas X, XI, dan XII jurusan Bisnis Ritel SMK Negeri 14 Jakarta menunjukkan bahwa media sosial, teman sebaya, dan gaya hidup memiliki keterkaitan dengan perilaku konsumsi siswa.



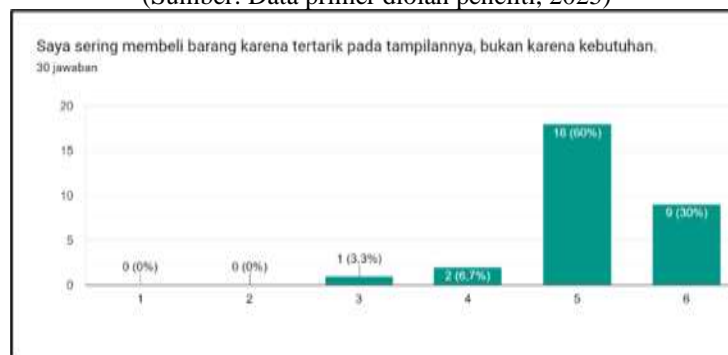
Gambar 4. Hasil Pra-Survei Media Sosial
(Sumber: Data primer diolah peneliti, 2025)



Gambar 5. Hasil Pra-Survei Teman Sebaya
(Sumber: Data primer diolah peneliti, 2025)



Gambar 6. Hasil Pra-Survei Gaya Hidup
(Sumber: Data primer diolah peneliti, 2025)



Gambar 7. Hasil Pra-Survei Perilaku Konsumtif
(Sumber: Data primer diolah peneliti, 2025)

Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi motivasi, kepribadian, gaya hidup, dan kontrol diri, sedangkan faktor eksternal mencakup budaya, kelas sosial, kelompok referensi, dan lingkungan sosial (Harita *et al.*, 2022). Salah satu faktor eksternal yang memiliki pengaruh kuat adalah media sosial. Harry Ardian (2024) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif remaja tidak hanya dipengaruhi oleh tren yang berkembang, tetapi juga oleh tekanan sosial untuk memenuhi ekspektasi teman sebaya dan figur yang diikuti di media sosial. Faktor teman sebaya juga berperan penting dalam memengaruhi perilaku konsumtif remaja. Purba *et al.* (2024) menyatakan bahwa remaja cenderung menjadikan kelompok pertemanan sebagai acuan dalam pengambilan keputusan konsumsi, mudah terpengaruh oleh iklan dan tren, serta berpotensi bersikap boros karena dorongan untuk tidak tertinggal dari lingkungannya. Faktor lain yang turut memengaruhi perilaku konsumtif adalah gaya hidup. Gaya hidup menggambarkan cara individu menjalani kehidupannya, termasuk bagaimana seseorang mengalokasikan waktu serta membelanjakan uangnya dalam aktivitas sehari-hari (Abdullah & Suja'i, 2022).

Meskipun telah banyak penelitian yang mengkaji perilaku konsumtif, sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada mahasiswa sebagai subjek penelitian. Penelitian yang secara khusus meneliti siswa SMK masih relatif terbatas. Selain itu, penelitian yang mengkaji pengaruh media sosial, teman sebaya, dan gaya hidup secara simultan dalam satu model penelitian juga masih terbatas. Berdasarkan latar belakang dan hasil pra-survei tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui

secara empiris pengaruh media sosial, teman sebaya, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif siswa jurusan Bisnis Ritel SMK Negeri 14 Jakarta.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan September 2025 hingga Juni 2026 di SMK Negeri 14 Jakarta yang beralamat di Jl. Percetakan Negara IIA No. 2, RT 11/RW 6, Johar Baru, Kecamatan Johar Baru, Kota Jakarta Pusat. Subjek dalam penelitian ini adalah siswa Jurusan Bisnis Ritel. Pemilihan lokasi dan jurusan didasarkan pada hasil pra-survei yang menunjukkan bahwa siswa SMK Negeri 14 Jakarta dan siswa Jurusan Bisnis Ritel memiliki rata-rata skor perilaku konsumtif tertinggi dibandingkan sekolah dan jurusan lainnya.

Tabel 1. Rincian Waktu Penelitian

Jenis Kegiatan	Sep-Nov 2025	Des-Feb 2026	Mar 2026	Mei 2026	Jun 2026
Pengajuan Outline Proposal	✓				
Penyusunan Proposal		✓			
Seminar Proposal			✓		
Penyebaran Kuesioner & Pengolahan Data				✓	
Pengajuan Sidang Akhir					✓

(Sumber: Data diolah peneliti, 2026)

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kuantitatif asosiatif kausal, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2013). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial, teman sebaya, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif siswa jurusan Bisnis Ritel SMK Negeri 14 Jakarta.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa Jurusan Bisnis Ritel SMK Negeri 14 Jakarta yang terdiri dari kelas X, XI, dan XII dengan total 216 siswa.

Tabel 2. Populasi Siswa Jurusan Bisnis Ritel SMK Negeri 14 Jakarta

Kelas	Jumlah Siswa
X Bisnis Ritel 1	36 Siswa
X Bisnis Ritel 2	36 Siswa
XI Bisnis Ritel 1	36 Siswa
XI Bisnis Ritel 2	36 Siswa
XII Bisnis Ritel 1	36 Siswa
XII Bisnis Ritel 2	36 Siswa
Jumlah Keseluruhan	216 Siswa

Teknik pengambilan sampel menggunakan *proportional random sampling*. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%:

$$n = N / (1 + N(e)^2) = 216 / (1 + 216(0,05)^2) = 140 \text{ responden} \quad (1)$$

Distribusi sampel dilakukan secara proporsional berdasarkan jumlah siswa setiap kelas.

Tabel 3. Distribusi Sampel Penelitian Berdasarkan Kelas

Kelas	Jumlah Sampel
X Bisnis Ritel 1	24
X Bisnis Ritel 2	24
XI Bisnis Ritel 1	23
XI Bisnis Ritel 2	23
XII Bisnis Ritel 1	23
XII Bisnis Ritel 2	23
Jumlah	140

(Sumber: Data diolah peneliti, 2026)

Pengembangan Instrumen Penelitian

Tabel 4. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
Media Sosial (X1)	Platform komunikasi berbasis internet yang memungkinkan interaksi dua arah dan pertukaran informasi	Informational use, pleasure, social interaction, online shopping, educational, reviews & ratings	Bansal & Mathur (2025)
Temannya (X2)	Individu atau kelompok dengan usia dan tingkat perkembangan relatif sama yang mempengaruhi sikap dan perilaku	Keterbukaan individu, kerjasama individu, frekuensi hubungan	Syamanta & Putri (2025)
Gaya Hidup (X3)	Pola hidup individu yang tercermin dari aktivitas, minat, dan opini	Activity, Interest, Opinion	Wijaya (2017)
Perilaku Konsumtif (Y)	Kecenderungan konsumsi yang didorong oleh keinginan dibandingkan kebutuhan	Pembelian impulsif, pembelian tidak rasional, pemborosan	Faesal et al. (2025)

(Sumber: Data diolah peneliti, 2026)

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala Likert 6 poin: (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Agak Tidak Setuju, (4) Agak Setuju, (5) Setuju, (6) Sangat Setuju (Sugiyono, 2013).

Tabel 5. Skala Likert

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju (SS)	6
Setuju (S)	5
Agak Setuju (AS)	4
Agak Tidak Setuju (ATS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

(Sumber: Data diolah peneliti, 2026)

Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS.

Pengaruh Media Sosial, Teman Sebaya, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Jurusan Bisnis Ritel SMK Negeri 14 Jakarta
(Anindhita, et al.)

Uji instrumen meliputi uji validitas (korelasi *Product Moment*, r hitung $>$ r tabel) dan uji reliabilitas (*Cronbach's Alpha*, nilai $>$ 0,60). Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas (*Kolmogorov-Smirnov*, sig. $>$ 0,05), uji multikolinearitas (*Tolerance* $>$ 0,10 dan *VIF* $<$ 10), dan uji heteroskedastisitas (uji Glejser, sig. $>$ 0,05).

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan rumus:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e \quad (2)$$

Uji hipotesis meliputi uji t (parsial, sig. $<$ 0,05), uji F (simultan, sig. $<$ 0,05), dan koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data

Penelitian ini melibatkan 140 responden siswa Jurusan Bisnis Ritel SMK Negeri 14 Jakarta. Karakteristik responden didominasi oleh siswa perempuan (80%), dengan rentang usia 16-17 tahun (77,9%), dan mayoritas memiliki uang saku harian Rp10.000-Rp30.000 (67,9%) serta pengeluaran harian pada kisaran yang sama (62,2%).

Tabel 6. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Media Sosial (X1)	140	32,00	190,00	108,24	32,80
Teman Sebaya (X2)	140	7,00	35,00	20,71	5,87
Gaya Hidup (X3)	140	6,00	36,00	20,57	6,02
Perilaku Konsumtif (Y)	140	7,00	36,00	20,89	6,58

(Sumber: Output SPSS, 2026)

Hasil Uji Instrumen

Uji Validitas

Uji validitas menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* dengan r tabel 0,361 ($N=30$, $\alpha=0,05$). Seluruh 32 item variabel Media Sosial (X1), 6 item Teman Sebaya (X2), 6 item Gaya Hidup (X3), dan 6 item Perilaku Konsumtif (Y) memiliki nilai r hitung $>$ r tabel (0,361) dengan signifikansi 0,000 $<$ 0,05, sehingga seluruh item dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
0,986	50	Reliabel

(Sumber: Output SPSS, 2026)

Nilai Cronbach's Alpha 0,986 $>$ 0,60, sehingga instrumen dinyatakan reliabel dengan tingkat

konsistensi internal sangat tinggi.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* menghasilkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$, sehingga data residual berdistribusi normal dan asumsi normalitas terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Media Sosial (X1)	0,768	1,301	Bebas Multikolinearitas
Teman Sebaya (X2)	0,736	1,359	Bebas Multikolinearitas
Gaya Hidup (X3)	0,721	1,387	Bebas Multikolinearitas

(Sumber: Output SPSS, 2026)

Seluruh variabel memiliki Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 , sehingga tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Glejser menunjukkan nilai signifikansi Media Sosial (0,577), Teman Sebaya (0,078), dan Gaya Hidup (0,506) $> 0,05$, sehingga model tidak mengalami heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji t

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Keterangan
(Constant)	-0,632	1,481	-	-0,427	0,670	-
Media Sosial (X1)	0,111	0,012	0,552	9,562	0,000	Signifikan
Teman Sebaya (X2)	0,113	0,066	0,101	1,718	0,088	Tidak Signifikan
Gaya Hidup (X3)	0,349	0,065	0,320	5,369	0,000	Signifikan

(Sumber: Output SPSS, 2026)

Persamaan regresi berganda:

$$Y = -0,632 + 0,111X_1 + 0,113X_2 + 0,349X_3 \quad (3)$$

Interpretasi:

- Konstanta -0,632: jika $X_1, X_2, X_3 = 0$, maka $Y = -0,632$
- Koefisien X_1 (0,111): setiap peningkatan X_1 satu satuan meningkatkan Y sebesar 0,111
- Koefisien X_2 (0,113): setiap peningkatan X_2 satu satuan meningkatkan Y sebesar 0,113
- Koefisien X_3 (0,349): setiap peningkatan X_3 satu satuan meningkatkan Y sebesar 0,349

Hasil Uji Hipotesis Uji F (Simultan)

Tabel 10. Hasil Uji F

F hitung	F tabel	Sig.	Keterangan
83,434	2,67	0,000	Signifikan

(Sumber: Output SPSS, 2026)

Nilai F hitung 83,434 > F tabel 2,67 dan sig. 0,000 < 0,05, sehingga Media Sosial, Teman Sebaya, dan Gaya Hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,801	0,641	0,634	3,969

(Sumber: Output SPSS, 2026)

Nilai Adjusted R Square 0,634 (63,4%) menunjukkan bahwa Media Sosial, Teman Sebaya, dan Gaya Hidup mampu menjelaskan variasi Perilaku Konsumtif sebesar 63,4%, sedangkan 36,6% dipengaruhi faktor lain di luar model.

Pembahasan

Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji t menunjukkan Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (t hitung 9,562 > t tabel 1,977; sig. 0,000 < 0,05). Semakin tinggi pemanfaatan media sosial oleh siswa, semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif. Melalui media sosial, siswa dapat dengan mudah memperoleh informasi mengenai produk, promosi, diskon, rekomendasi *influencer*, serta tren yang sedang berkembang, sehingga mendorong pembelian yang lebih didasarkan pada keinginan daripada kebutuhan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Nabil *et al.* (2024), Alfitriyani (2023), serta Kristiawan dan Sarwono (2025) yang menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Pengaruh Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji t menunjukkan Teman Sebaya tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (t hitung 1,718 < t tabel 1,977; sig. 0,088 > 0,05). Meskipun siswa memiliki interaksi intens dengan teman sebaya, keputusan membeli tidak selalu dipengaruhi oleh lingkungan pertemanan. Perilaku konsumtif siswa lebih dipengaruhi oleh faktor lain seperti media sosial dan gaya hidup. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian Hartina *et al.* (2024), Nuroctaviani *et al.* (2023), dan Anisa *et al.* (2025), namun sejalan dengan penelitian Sahabuddin *et al.* (2023) dan Pohan *et al.* (2021) yang menemukan bahwa teman sebaya tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Perbedaan hasil diduga karena karakteristik responden yang berbeda, di mana siswa Jurusan Bisnis Ritel cenderung mengambil keputusan pembelian berdasarkan pertimbangan pribadi dan kebutuhan.

Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji t menunjukkan Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (t hitung 5,369 > t tabel 1,977; sig. 0,000 < 0,05). Semakin tinggi gaya hidup siswa (mengikuti tren, tertarik pada produk populer, memandang produk sebagai ekspresi diri), semakin tinggi kecenderungan perilaku konsumtif. Temuan ini sejalan dengan penelitian Umami dan Maryani (2023), Yunita *et al.* (2025), serta Fadillah *et al.* (2025) yang menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Pengaruh Media Sosial, Teman Sebaya, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji F menunjukkan ketiga variabel secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (F hitung 83,434 > F tabel 2,67; sig. 0,000 < 0,05). Nilai Adjusted R Square 0,634 menunjukkan ketiga variabel mampu menjelaskan 63,4% variasi Perilaku Konsumtif. Perilaku konsumtif siswa tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi merupakan hasil kombinasi beberapa faktor yang saling berkaitan. Media sosial memberikan kemudahan akses informasi produk, gaya hidup membentuk pola konsumsi, dan teman sebaya melengkapi interaksi sosial yang memengaruhi perilaku. Hasil ini sejalan dengan penelitian Hindun dan Arip (2024) serta Hartina *et al.* (2024) yang menunjukkan bahwa media sosial, teman sebaya, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh media sosial, teman sebaya, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif siswa Jurusan Bisnis Ritel SMK Negeri 14 Jakarta, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi pemanfaatan media sosial oleh siswa, maka semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif yang dimiliki. Media sosial menjadi salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif melalui kemudahan akses informasi, promosi, serta tren yang berkembang di berbagai platform digital. Teman sebaya tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan pertemanan tidak menjadi faktor utama yang memengaruhi perilaku konsumtif siswa, karena keputusan siswa dalam melakukan konsumsi cenderung dipengaruhi oleh faktor lain di luar pengaruh teman sebaya, seperti media sosial dan gaya hidup.

Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup yang dimiliki siswa, maka semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtifnya. Gaya hidup yang berorientasi pada tren, keinginan, dan simbol status mendorong siswa untuk melakukan konsumsi secara lebih tinggi. Secara simultan, media sosial, teman sebaya, dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa. Ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan perilaku konsumtif siswa dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,634, yang berarti media sosial, teman sebaya, dan gaya hidup mampu menjelaskan variasi perilaku konsumtif sebesar 63,4%, sedangkan sisanya sebesar 36,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian, seperti kontrol diri, literasi keuangan, atau lingkungan keluarga yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. N. F., & Suja'i, I. S. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Pendidikan DEWANTARA: Media Komunikasi, Kreasi Dan Inovasi Ilmiah Pendidikan*, *8*(2), 72–84. <https://doi.org/10.55933/jpd.v8i2.402>
- Alfitriyani, D. (2023). Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Terekam Jejak*, *1*(1). <https://doi.org/10.5281/zenodo.13373687>
- Amelia Yulianti, & Muhammad Agus Hardiansyah. (2023). Analisis Perilaku Konsumtif Remaja Dalam Kehidupan Masyarakat Di Kabupaten Serang (Kelurahan Citerep, Kecamatan Ciruas). *Edu Sociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, *6*(1).
- Angraini, F. D. P., Aprianti, Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran statistika menggunakan software SPSS untuk uji validitas dan reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, *6*(4).
- Anisa Nurul Sapna, Yon AE, & Luluh Abdillah Kurniawan. (2025). Pengaruh Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas IX MTs Miftahul Huda Bekasi. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, *1*(3), 1674–1681. <https://doi.org/10.63822/3jxwby41>
- Azhari, E., Saleh, L. M., & Marantika, M. (2023). Analisis faktor penyebab keterlambatan proyek pembangunan gedung laboratorium terpadu dan perpustakaan MAN 1 Maluku Tengah. *Journal Agregate*, *2*(2).
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2025). Pengeluaran Untuk Konsumsi Penduduk Indonesia Maret 2025. *Berita Resmi Statistik*, *29*(2).
- Bansal, Dr. N., & Mathur, Dr. S. (2025). Measuring Social Media User Intentions: Scale Development and Validation. *International Journal of Engineering, Business and Management*, *9*(3), 126–135. <https://doi.org/10.22161/ijebm.9.3.9>
- Bungin, B. (2011). *Komunikasi dalam Teori dan Praktik*. Prenada Media Group.
- Faosal, M., Permata, D. R., & Doriza, S. (2025). Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif di Era Social Commerce: Studi pada Pengguna TikTok Shop Remaja Perempuan. *Journal of Education Research*, *6*(4), 1278–1288. <https://doi.org/10.37985/jer.v6i4.2886>
- Gultom, B. T., & Silalahi, D. R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada Siswa SMK Teladan Tanah Jawa. *Edu Cendikia: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, *4*(03), 984–990. <https://doi.org/10.47709/educendikia.v4i03.4859>
- Harita, Yeni Yanti, Gusnardi, Isjoni, & M. Yogi Riyantama. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *6*(1), 13522–13530.
- Harry Ardian. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Perilaku Konsumtif Remaja Di Zaman Digital. *Kohesi: Jurnal Sains Dan Teknologi*, *6*(1).
- Hartina, S., Hafiz, A. P., & Fufita, N. (2024). Pengaruh Perilaku Teman Sebaya, Penggunaan Media Sosial, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMKN 1 Tanjung Jabung Barat Tahun Ajaran 2023/2024. *Journal Economic Excellence Ibnu Sina*, *2*(1), 266–280. <https://doi.org/10.59841/excellence.v2i1.1021>
- Hindun, H., & Arip, N. J. (2024). Pengaruh media sosial, konformitas teman sebaya dan lifestyle terhadap berperilaku konsumtif pada mahasiswa institut agama islam tasikmalaya. *LA ZHULMA/ JURNAL*

- EKONOMI DAN BISNIS ISLAM*, *5*(1), 264–282.
- IDN Research Institute. (2024). *Understanding and Uncovering the Behavior, Challenges, and Opportunities*.
- Jailani, M. S., Saksitha, D. A., Risnita, & Sofwatillah. (2024). Teknik analisis data kuantitatif dan kualitatif dalam penelitian ilmiah. *Jurnal Genta Mulia*, *15*(2).
- Kristiawan, S. B., & Sarwono, A. E. (2025). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, *5*(2), 261–269. <https://doi.org/10.55606/jurimea.v5i2.959>
- Lutfiah, L., Basri, M., & Kuswanti, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi PPAPK FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, *11*(3). <https://doi.org/10.26418/jppk.v11i3.53456>
- Mintarti Indartini, M. (2024). *Analisis Data Kuantitatif: Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Korelasi dan Regresi Linier Berganda* (H. Warnaningtyas, Ed.). Penerbit Lakeisha.
- Muchlis, A. F. (2023). Metode Penelitian Survei-Kuesioner untuk Kesesakan dan Privasi pada Hunian Asrama. *Jurnal Lingkungan Binaan Indonesia*, *12*(3). <https://doi.org/10.32315/jlbi.v12i3.252>
- Nabil, A., Wirawan, M. A., Lauzzadani, R., & Rakhmawati, N. A. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa ITS. *IKOMIK: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, *4*(1), 38–43. <https://doi.org/10.33830/ikomik.v4i1.8310>
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nuroctaviani, S., Rustiana, A., & Afriza, E. (2023). Pengaruh Teman Sebaya dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Kontrol Diri pada Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *7*(3).
- Pohan, M., Jufrizen, & Annisa, A. (2021). Pengaruh Konsep Diri, Kelompok Teman Sebaya, Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Dimoderasi Literasi Keuangan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, *2*(1), 402–419.
- Prasetijo, R., & Ihalauw, J. (2005). *Perilaku Konsumen*. Andi Offset.
- Purba, P. J., Yuhdi, A., Maharani, F., Tarigan, B., Ningsih, W. D., Silaen, Y., & Sagala, V. M. (2024). Perilaku Konsumtif terhadap Belanja Online pada Pelajar di SMAS Arrahman Medan. *Journal of Education Research*, *5*(4).
- Sahabuddin, R., Arimayanti, A., & Mutmainna, R. (2023). Gaya Hidup, Sosial Media, Teman Sebaya: Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Ditiktok Mahasiswa UNM. *JUMINTAL: Jurnal Manajemen Informatika Dan Bisnis Digital*, *2*(2), 221–232. <https://doi.org/10.55123/jumintal.v2i2.2861>
- Sari, R. K., & Subaida, I. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, *3*(1), 38–51.
- Sari, Y. (2023). *Pengaruh biaya produksi dan penjualan terhadap laba bersih pada PT. Solusi Bangun Indonesia Tbk tahun 2014-2021*. Skripsi.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Kencana.

- Siregar, I. A. (2021). Analisis Dan Interpretasi Data Kuantitatif. *ALACRITY: Journal of Education*, 39–48. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.25>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan populasi dan sampel: Pendekatan metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, *9*(4).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sumartono, B. (2002). *Ekonomi Pembangunan*. Pustaka Setia.
- Suriani, N., & Jailani, M. S. (2023). Konsep populasi dan sampling serta pemilihan partisipan ditinjau dari penelitian ilmiah pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, *1*(2).
- Syamanta, A., & Putri, F. (2025). Hubungan Interaksi Teman Sebaya Dengan Disiplin Siswa SMA Hang Tuah Belawan. *KOGNISI*, *3*(2).
- Umami, N., & Maryani, M. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Semester VIII Tahun Akademik 2021/2022. *ARMADA: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, *1*(9), 971–979. <https://doi.org/10.55681/armada.v1i9.824>
- Varmeta, R., Permatasari, I., Haidar, K., & Sutrisno, S. (2025). Pengaruh Life Style Dan Trend Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, *4*(1). <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i1.431>
- Wijaya, D. (2017). Pengaruh Motivasi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Perspektif*, *15*(2). <https://doi.org/10.31294/jp.v15i2.833>
- Winda Dewi Ningsih, Halimah Zahrah, Citra Indah Puspitasari, Neng Cica Karlina, & Vebytha Gustiar Isa P. (2025). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi – Z. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, *1*(4).
- Yunita, H., Elviana, E., Syawaluddin, S., & Sari, I. (2025). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi. *Jurnal Educazione: Jurnal Pendidikan, Pembelajaran Dan Bimbingan Dan Konseling*, *13*(2), 186–196. <https://doi.org/10.56013/edu.v13i2.4820>