

Pengaruh Media Sosial, Teman Sebaya dan Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2021

Widhasari Saputri¹

¹Universitas Muhammadiyah Surakarta

Jl. A. Yani, Mendungan, Pabelan, Kartasura, Sukoharjo 57169, (0271) 717417, e-mail:

b200210297@student.ums.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received 30 Mei 2024

Received in revised form 3 Juni 2024

Accepted 27 Juni 2024

Available online 24 Juli 2024

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of social media, peers, and parents' income on the consumptive behavior of students majoring in accounting at Universitas Muhammadiyah Surakarta class of 2021. The research method uses a questionnaire distributed to selected respondents. Data analysis was carried out through regression techniques to assess the extent to which the three factors influenced students' consumptive behavior. The results of the study are expected to provide insight into the impact of social media, peer influence, and parents' income level on the tendency of accounting students to adopt consumptive behavior. The implications of this study can be used as a basis for the development of learning programs and interventions to increase students' awareness of their personal financial management.

Keywords: Social Media, Peers, Income

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial, teman sebaya, dan pendapatan orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan akuntansi di Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2021. Metode penelitian menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada responden terpilih. Analisis data dilakukan melalui teknik regresi untuk menilai sejauh mana ketiga faktor tersebut memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai dampak media sosial, pengaruh teman sebaya, dan tingkat pendapatan orang tua terhadap kecenderungan mahasiswa akuntansi untuk mengadopsi perilaku konsumtif. Implikasi dari penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk pengembangan program pembelajaran dan intervensi guna meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap pengelolaan keuangan pribadi mereka.

Kata Kunci: Media Sosial, Teman Sebaya, Pendapatan

1. PENDAHULUAN

Teknologi terus berkembang seiring perkembangan zaman. Gaya hidup manusia yang mengikuti perkembangan zaman dan globalisasi telah menyebabkan transformasi yang sangat cepat di Indonesia. Khususnya, perkembangan teknologi dan sosial ekonomi telah mengubah hampir seluruh kehidupan manusia, menjadikan konsumsi menjadi bagian integral dari aktivitas manusia (Amaliya dkk., 2017). Kebutuhan yang beragam seseorang mengharuskan mereka untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri, yang mengarah pada kegiatan konsumsi ini. Akibatnya, setiap orang selalu merasa tidak puas dengan apa yang mereka miliki, dan jika salah satu keperluannya terpenuhi, keperluan lain akan muncul. Banyak program yang membuat bumi seolah-olah dikendalikan oleh teknologi (Lestari, 2022).

Internet memiliki daya tarik yang kuat dan berkembang pesat. Salah satu kemajuan teknologi dan informasi adalah media sosial. Hampir semua kalangan masyarakat telah menggunakan alat teknologi yang memungkinkan mereka mengakses informasi melalui internet untuk berkomunikasi. Penggunaan media sosial dapat memiliki efek positif maupun negatif. Perilaku negatif dari penggunaan media sosial termasuk: sering lupa dengan waktu dan menghabiskan pulsa, orang mudah terhasut dengan pembicaraan orang lain yang menjurus pada penghinaan, yang menimbulkan SARA, dan pengguna akan mudah tertarik dengan berbagai promosi dan kemudahan berbelanja online, yang menimbulkan perilaku konsumtif.

Dengan meningkatnya penggunaan media sosial, ada kesempatan untuk berbagai aktivitas seperti beriklan. Iklan di media sosial muncul dengan cara dan tampilan yang dikemas sedemikian rupa sehingga konsumen merasa tertarik untuk membeli barang, mereka dapat dengan mudah mendapatkan informasi tentang barang yang mereka cari karena mereka dapat berinteraksi secara langsung dengan penjual sehingga membangun kepercayaan dari kedua belah pihak. Disamping itu, Teman sebaya adalah salah satu komponen yang mempengaruhi perilaku konsumtif (Hurbania, 2021). Mahasiswa berusaha menjadi populer di kelompoknya karena mereka suka mengikuti apa yang dilakukan teman sebayanya. Di sisi lain, perilaku konsumtif memengaruhi kehidupan sosial dan menyebabkan ketimpangan di antara individu. Teman sebaya memiliki pengaruh yang paling besar terhadap pilihan mereka tentang pakaian, hobi, pergaulan, dan aktivitas sosial.

Mahasiswa biasanya berbelanja banyak barang karena keinginan untuk dipuji orang lain dan rasa ingin diakui. Kelompok teman sebaya sangat penting karena mereka memberikan informasi dari luar keluarga, yang sangat penting untuk perkembangan dan kematangan seseorang. Melakukan aktivitas bersama teman sebaya, mereka akan menerima umpan balik dari teman sebaya mereka tentang kemampuan mereka. Selain itu, setiap anggota kelompok akan memberikan penilaian apakah tindakan yang mereka lakukan berdampak baik atau buruk.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1. Pendekatan Jenis Penelitian

2.1.1. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif memeriksa populasi atau sampel tertentu dengan mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian dan menganalisis data secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Memverifikasi teori, membuat prediksi, dan menunjukkan hubungan antar variabel adalah tujuan penelitian yang lebih fokus. Pada bukunya, Tanzeh menyatakan bahwa tujuan pendekatan kuantitatif adalah untuk menguji teori dan menciptakan fakta, menaksir dan meramalkan hasil, menunjukkan gabungan variabel, dan memberikan deskripsi statistik. Untuk penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif, desain harus terstruktur, baku, formal, dan direncanakan sematang mungkin. Penelitian yang datanya berupa angka, atau kata-kata atau kalimat yang diubah menjadi angka, dikenal sebagai pendekatan penelitian kuantitatif (Nanang, 2016: 20). Studi ini akan menyelidiki pengaruh dan hubungan kausal antara variabel independen dan dependen. Variabel independen adalah media sosial (x_1) dan teman sebaya (x_2) sedangkan variabel dependen (y) adalah perilaku konsumtif mahasiswa Akuntansi FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2021.

2.1.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif. Dalam penelitian ini, suatu teori yang dapat menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol gejala akan dapat dibangun (Sugiyono, 1999: 11). Penelitian asosiatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Ini memiliki tingkat tertinggi jika dibandingkan dengan penelitian deskriptif komparatif dengan penelitian asosiatif ini akan memungkinkan pembentukan teori yang efektif untuk mengidentifikasi, memprediksi, dan mengendalikan suatu gejala. Dalam judul penelitian ini, penelitian menjelaskan apakah terdapat pengaruh media sosial dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Akuntansi FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta.

2.2. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Waktu penelitian adalah sekitar satu bulan, mulai bulan Oktober hingga November 2023.

2.3. Populasi dan Sampel

2.3.1. Populasi

Keseluruhan objek atau individu yang akan diteliti disebut populasi (Arifin, 2008). Sugiyono (2019:130) menggambarkan populasi sebagai area generalisasi di mana peneliti memilih subjek atau objek dengan kualitas dan karakteristik tertentu untuk dipelajari dan kemudian mengambil kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2021.

2.3.2. Sampel

Sugiyono (2019:131) mengatakan bahwa sampel terdiri dari jumlah populasi dan karakteristiknya. Sampel ini dianggap mewakili keseluruhan populasi dan dianggap sebagai bagian dari objek yang diteliti (Hartati, 2019). Sampel penelitian ini terdiri dari mahasiswa akuntansi aktif dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2021. Dalam penentuan jumlah sampel yang digunakan Sugiyono, (2017:91) menyarankan tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut:

- Ukuran sampel yang layak untuk penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- Jumlah anggota sampel harus minimal 30 jika sampel dibagi menjadi kategori-kategori tertentu.
- Jika penelitian menggunakan analisis multivariate, seperti korelasi atau regresi ganda, maka jumlah anggota sampel harus minimal 10 kali jumlah variabel yang diteliti. Misalnya, jika variabel penelitian adalah 4 (independen dan dependen), maka jumlah anggota sampel harus 10 kali jumlah variabel yang diteliti.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil 50 sampel. Sebagai aturan umum, ukuran sampel antara 30-500 bisa efektif tergantung dengan cara pengambilan sampel yang digunakan dan pertanyaan yang dipakai.

2.4. Variabel dan Indikator Penelitian

Faktor-faktor yang berubah atau dapat berubah untuk tujuan penelitian dikenal sebagai variabel penelitian. Sehingga aliran hubungan antara dua atau lebih variabel penelitian dapat diperiksa dan dianalisis, variabel penelitian harus diidentifikasi dan dijelaskan (Bungin, 2017). Dua variabel terlibat dalam penelitian ini:

- Variabel independen, atau variabel bebas, yang mempengaruhi atau menyebabkan variabel dependen muncul atau berubah. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah media social, teman sebaya, dan pendapatan orang tua.
- Variabel dependen (terikat), atau variabel Y, adalah perilaku konsumtif.

2.5. Teknik Pengumpulan Data

2.5.1. Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data penelitian yang valid, teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Metode pengumpulan data ini terdiri dari daftar pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian dan kemudian dibagikan kepada responden untuk mendapatkan informasi. Hal ini dilakukan dengan memberi responden pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini, kuisioner didistribusikan secara online dengan menggunakan Google Forms. Pertanyaan penelitian ini disusun menggunakan indikator dari variabel Media Sosial (X1), Teman Sebaya (X2), dan Perilaku Konsumtif (Y). Data diproses dengan menggunakan skala likert yang terdiri dari pertanyaan dengan nilai 1-5. Nilai yang dimaksudkan adalah skor dari tanggapan responden. Selanjutnya, peneliti memilih indikator yang akan diukur dan di mana indikator tersebut akan dimasukkan ke dalam butiran pertanyaan.

2.5.2. Sumber Data

Data primer diperoleh dari penyebaran kuisioner kepada 50 responden mahasiswa, yang dilakukan secara online melalui google form. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2014: 199).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Pada bab ini, akan diuraikan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Media Sosial, Teman Sebaya dan Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2021. Penelitian diawali dengan analisis data yang dikumpulkan dari penyebaran angket yang dilakukan dari tanggal 7 hingga 13 November 2023. Penyebaran angket dilakukan

melalui google form dengan cara membagikan link untuk mengakses form tersebut dengan responden yaitu mahasiswa Akuntansi Angkatan 2021.

3.2. Gambaran Penelitian

3.2.1. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini dilakukan penyebaran kuesioner dengan jumlah responden yang diterima sebanyak 50 responden pada mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2021. dari 50 responden perempuan lebih mendominasi sebanyak 41 responden atau dengan presentase 82%. rata-rata responden berusia 19- 20 tahun, dengan jumlah responden sebanyak 31 atau dengan presentase 62%.

3.2.2. Deskripsi Data Penelitian

3.2.2.1. Variabel Media Sosial

Dari 4 pertanyaan yang telah disediakan terdapat 33 responden yang memberi tanggapan sangat setuju pada pertanyaan X1.1, 13 memberi tanggapan setuju, 1 cukup setuju, 0 tidak setuju dan 1 sangat tidak setuju, begitu pula seterusnya,

3.2.2.2. Variabel Teman Sebaya

Dari 4 pertanyaan yang telah disediakan terdapat 3 responden yang memberi tanggapan sangat setuju pada pertanyaan X2.1, 28 memberi tanggapan setuju, 13 cukup setuju, 6 tidak setuju dan 0 sangat tidak setuju, begitu juga seterusnya.

3.2.2.3. Variabel Pendapatan Orang Tua

Dari 4 pertanyaan yang telah disediakan terdapat 17 responden yang memberi tanggapan sangat setuju pada pertanyaan X3.1, 19 memberi tanggapan setuju, 8 cukup setuju, 2 tidak setuju dan 3 sangat tidak setuju, begitu juga seterusnya.

3.2.2.4. Variabel Perilaku Konsumtif

Dari 4 pertanyaan yang telah disediakan terdapat 35 responden yang memberi tanggapan sangat setuju pada pertanyaan Y.1, 10 memberi tanggapan setuju, 3 cukup setuju, 1 tidak setuju dan 1 sangat tidak setuju, begitu juga seterusnya.

3.3. Hasil Penelitian

3.3.1. Uji Intrumen Data

3.3.1.1. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	No. Item	Nilai r hitung	Nilai r table	Keterangan
Media Sosial (X1)	1	0,560	0,2353	valid
	2	0,781	0,2353	valid
	3	0,716	0,2353	valid
	4	0,793	0,2353	valid
Teman Sebaya (X2)	1	0,539	0,2353	valid
	2	0,748	0,2353	valid
	3	0,782	0,2353	valid
	4	0,771	0,2353	valid
Pendapatan Orang Tua (X3)	1	0,778	0,2353	valid
	2	0,893	0,2353	valid
	3	0,791	0,2353	valid
	4	0,741	0,2353	valid
Perilaku Konsumtif (Y)	1	0,307	0,2353	valid
	2	0,804	0,2353	valid
	3	0,824	0,2353	valid
	4	0,674	0,2353	valid

Sumber: hasil olahan data spss

Adapun hasil dari uji validitas dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan dinyatakan valid
2. jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan dinyatakan tidak valid Nilai r_{tabel} dapat dicari pada tabel statistic signifikansi 0,05.

$$r_{tabel} = n-2$$

$$= 50-2$$

$$= 48$$

$$= 0,2353$$

perhitungan uji validitas masing masing item memiliki nilai r_{hitung} dan r_{tabel} pada taraf signifikansi 5% (0,05). Dapat diartikan seluruh item penelitian ini dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

3.3.1.2. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Hitung Cronbach alpha	Keterangan
Media Sosial (X1)	0,675	Reliabel
Teman Sebaya (X2)	0,681	Reliabel
Pendapatan Orang Tua (X3)	0,810	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,729	Reliabel

Sumber: hasil olahan data spss

Semua item variabel dinyatakan reliabel karena telah melebihi batas koefisien reliabilitas yaitu Cronbach alpha semua variabel $> 0,6$, sehingga untuk selanjutnya setiap item pada masing - masing konsep variabel layak digunakan sebagai alat ukur.

3.3.2. Uji Asumsi Klasik

3.3.2.1. Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,48713582
Most Extreme Differences	Absolute	,114
	Positive	,114
	Negative	-,065
Test Statistic		,114
Asymp. Sig. (2-tailed)		,127c

- a. Test distribution is Normal
- b. Calculated from data
- c. Lilliefors Significance Correction

Sumber: hasil olahan data spss

Nilai Asymp. Sig (2- tailed) sebesar $0,127 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan data terdistribusi normal.

3.3.2.2. Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized coefficient			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	ce	VIF
(Constant)	3,303	2,817		1,172	,247		
Media Sosial	,253	,160	,215	1,582	,121	,890	1,124
Teman Sebaya	,133	,143	,129	,932	,356	,862	1,160
Pendapatan Orang Tua	,243	,106	,319	2,297	,026	,855	1,170

- a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: hasil olahan data spss

Nilai tolerance dan nilai VIF < 10 dan nilai tolerance $> 0,10$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas antar variabel independent dalam model regresi.

3.3.2.3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Glejser

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	-,360	1,527		-,236	,815
Media Sosial	-,014	,087	-,023	-,163	,871
Teman Sebaya	-,017	,077	-,032	-,226	,822
Pendapatan Orang	,189	,057	,469	3,299	,562

a. Dependent Variable: ABRES

Sumber: hasil olahan data spss

nilai signifikansi semua variabel $> 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heterokedastisitas.

3.3.2.4. Uji AutoKorelasi

Tabel 6. Hasil Uji Durbin-Watson (DW)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,494a	,244	,194	2,567	2,319

a. Predictors: (Constant), Pendapatan_Orangtua, Media_Sosial, Teman_Sebaya

b. Predictors: (Constant), Pendapatan_Orangtua, Media_Sosial, Teman_Sebaya

Sumber: hasil olahan data spss

3.3.3. Analisis Regresi Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	3,303	2,817		1,172	,247
Media Sosial	,253	,160	,215	1,582	,121
Teman Sebaya	,133	,143	,129	,932	,356
Pendapatan Orang Tua	,243	,106	,319	2,297	,026

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: hasil olahan data spss

Maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta (a) = 3,303

Artinya, apabila Media Sosial (X1), Teman Sebaya (X2), dan Pendapatan Orangtua (X3) nilainya adalah 0, maka Perilaku Konsumtif (Y) nilainya positif sebesar 3,303.

2. Koefisien $b_1 = 0,253 X_1$ (Media Sosial)

Artinya, apabila Media Sosial (X1) ditingkatkan menjadi 1 satuan, maka Perilaku Konsumtif (Y) akan meningkat sebesar 0,253 dengan asumsi variabel lain bernilai tetap.

3. Koefisien $b_2 = 0,133 X_2$ (Teman Sebaya)

Artinya, apabila Teman Sebaya (X2) ditingkatkan menjadi 1 satuan, maka Perilaku Konsumtif (Y) akan meningkat sebesar 0,133 satuan dengan asumsi variabel lain bernilai tetap.

4. Koefisien $b_3 = 1,121 X_3$ (Pendapatan Orangtua)

Artinya, apabila Pendapatan Orangtua (X3) ditingkatkan menjadi 1 satuan, maka Perilaku Konsumtif (Y) akan meningkat sebesar 0,243 dengan asumsi variabel lain bernilai tetap.

3.3.4. Uji Hipotesis

3.3.4.1. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Tabel 8. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	97,614	3	32,538	4,938	,005 ^b

Residual	303,106	46	6,589		
Total	400,720	49			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Pendapatan Orangtua, Media Sosial, Teman Sebaya

Sumber: hasil olahan data spss

F tabel = α ; (k ; n-k-1)

= 0,05 ; (3 ; 50-3-1)

= 0,05 ; 3 ; 46

Keterangan :

k = Jumlah Variabel Independen n = Jumlah Sampel

Berdasarkan hasil uji f di atas, menunjukkan bahwa f hitung sebesar 4,938 sedangkan f tabel sebesar 2,838. Diartikan bahwa f hitung > f tabel (4,938>2,838) signifikan lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Maka H4 diterima, yang berarti variabel teman sebaya, media sosial, dan pendapatan orangtua secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh media sosial, teman sebaya, dan pendapatan orangtua terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2021 dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Media sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2021.
2. Teman sebaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2021.
3. Pendapatan orangtua berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2021.

4.2 Saran

1. Khususnya untuk mahasiswa agar melakukan kegiatan yang lebih bermanfaat dan diharapkan menggunakan media sosial yang baik dan benar untuk hal positif, dan mampu mengelola keuangan dengan baik untuk hal yang benar benar dibutuhkan. Dan diharapkan dapat memilih kelompok pergaulan dengan baik untuk mencegah perilaku konsumtif,
2. Bagi orangtua untuk lebih memberikan arahan dan perhatian kepada anaknya dalam mengelola keuangan dengan baik dan tepat sehingga dapat mengurangi perilaku konsumtif.
3. Bagi peneliti diharapkan bisa memperluas variabel sehingga bisa diketahui secara luas faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

Penulis menyadari dalam penelitian ini tidak terlepas dari kekurangan dan kesalahan, untuk itu demi kesempurnaan penelitian ini diharapkan kritik dan saan yang membangun, semoga penelitian ini bisa bermanfaat bagi kita semua.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Amalia Luthfatul, and Setiaji Khasan . 2017. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya, Dan Status Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Semarang)." *Economic Education Analysis Journal* 6 (3): 835–42.
- [2] Daryanti, Sulis. 2023. "Pengaruh Media Sosial Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018-2019 Universitas Jambi - Repository Unja." *Unja.ac.id*, February.
- [3] Firyal, Naufali Muttaqin, Noviani Leny, and Sudarno. 2023. "View of Pengaruh Media Sosial, Literasi Ekonomi, Dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi." *Unesa.ac.id*. 2023.
- [4] Kadeni , and Srijani Ninik. 2018. "Pengaruh Media Sosial Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya* 6 (1): 61–70.
- [5] Laili Nur Endah, Sari, and Anasrulloh Muhammad. 2023. "Pengaruh Media Sosial Instagram Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Di Universitas Bhineka PGRI." *Jurnal Economina* 2 (7): 1639–52.

-
- [6] Muttaqin, Firyal Naufali. 2017. "Pengaruh Media Sosial, Literasi Ekonomi Dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta Angkatan 2017-2019." Uns.ac.id.
- [7] Khairinal Khairinal, Syuhada Siti , and Sitinjak Rissa Stepani . 2022. "Pengaruh Media Sosial, Konformitas, dan Pendidikan Ekonomi Keluarga, Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI SMK 1 Kota Jambi Tahun Pelajaran 2021/2022." Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial 3 (2): 923–38.