

**ANALISIS TINGKAT PEREKONOMIAN KELUARGA TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT DESA SETELUK ATAS  
KABUPATEN SUMBAWA BARAT**

**PROPOSAL PENELITIAN**



**Diajukan Oleh :**

**IDA WATI**  
**16.01.02.0.062-01**

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN  
UNIVERSITAS SUMBAWA (UNSA)  
SUMBAWA BESAR  
2020**

**ANALISIS TINGKAT PEREKONOMIAN KELUARGA TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT DESA SETELUK ATAS  
KABUPATEN SUMBAWA BARAT**

**PROPOSAL PENELITIAN**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Pada Program Studi Ekonomi Pembangunan  
Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Samawa (UNSA)  
Sumbawa Besar

**Diajukan Oleh :**

**IDA WATI**  
**16.01.02.0.062-01**

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN  
UNIVERSITAS SAMAWA (UNSA)  
SUMBAWA BESAR  
2020**

**ANALISIS TINGKAT PEREKONOMIAN KELUARGA TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT DESA SETELUK ATAS  
KABUPATEN SUMBAWA BARAT**

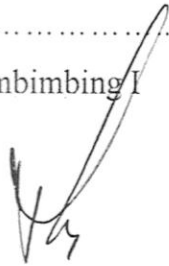
Diajukan Oleh :

**IDA WATI**  
**16.01.02.0.062-01**

Disetujui Oleh :

Sumbawa, .....

Pembimbing I



**DR. I NYOMAN SUTAMA, MM**  
NIDN. 022085810

Sumbawa, 26 Januari 2020

Pembimbing II



Acc  
Proposal

**ROSYDAH RACHMAN, SE., MM**  
NIDN. 0814068001

**ANALISIS TINGKAT PEREKONOMIAN KELUARGA TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT DESA SETELUK ATAS  
KABUPATEN SUMBAWA BARAT**



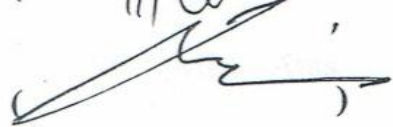
Diajukan Oleh :

**IDA WATI**  
**16.01.02.0.062-01**

Proposal ini telah diuji dan dipertahankan di depan  
Dewan Penguji Program Studi Ekonomi Pembangunan  
Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Samawa (UNSA)  
Sumbawa Besar

Pada hari :  
Tanggal :  
Jam :  
Tempat : Ruang Ujian Fakultas Ekonomi dan Manajemen  
Universitas Samawa (UNSA) Sumbawa Besar

**Dewan Penguji**

1. Ketua : **DR. I NYOMAN SUTAMA, MM** (  )
2. Anggota I : **ROSYIDAH RACHMAN, SE., MM** (  )
3. Anggota II : **Drs. H.KAMARUDDIN, M.Si** (  )

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadiran ALLAH SWT, atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyajikan tulisan proposal skripsi yang berjudul : **Analisis Tingkat Perekonomian Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Desa Seteluk Atas Kabupaten Sumbawa Barat.** Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Rektor Universitas Samawa Bapak Dr. Syafruddin, SE., MM. Penulis menghaturkan terima kasih yang teramat dalam, atas kesempatan yang bapak berikan kepada penulis untuk mengenyam pendidikan di Universitas Samawa.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Samawa Ibu Elly Karmeli, SE., ME. Atas kesediaannya memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Manajemen.
3. Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Samawa Bapak Suprianto, SE., ME. yang telah dengan segenap hati dan fikiran berjuang demi kemajuan fakultas dan mahasiswa.
4. Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Samawa Ibu Roos Nana Sucihati, SE., MM. Atas kebaikan hatinya memberikan kesempatan belajar kepada penulis, selalu bersemangat dalam menyumbangkan gagasan intelektualnya bagi kemajuan prodi, serta aliran ilmunya didalam diri penulis.

5. Bapak Dr. I Nyoman Utama, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan banyak bimbingan, arahan dan motivasi kepada penulis, sehingga istiqomah dalam mengerjakan proposal ini.
6. Ibu Rosyidah Rachman. SE.,MM selaku Dosen Pembimbing II yang turut memberikan bimbingan, kritik dan saran, serta motivasi intelektual dan moril kepada penulis.
7. Ayahanda dan Ibunda tercinta atas dorongan kuat, do'a, dan kasih sayang yang tak terhingga kepada penulis.
8. Rekan-rekan mahasiswa yang telah banyak memberikan bantuan dan ikut berperan dalam memperlancar penulisan proposal skripsi ini.

Selanjutnya, sangat disadari bahwa dengan kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki oleh penulis, walaupun telah dikerahkan segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi dirasakan masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Sumbawa Besar, .....2020

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN DEWAN PENGUJI</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.3 Batasan Masalah .....	7
1.4 Rumusan Masalah .....	7
1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	10
2.1 Penelitian Sebelumnya .....	10
2.2 Landasan Teori .....	13
2.3 Kerangka Konseptual .....	24
2.4 Hipotesis Penelitian .....	25
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	26
3.1 Jenis Penelitian .....	26

3.2 Jenis dan Sumber Data .....	26
3.3 Populasi dan Sampel.....	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.5 Identifikasi/Klasifikasi Variabel .....	31
3.6 Definisi Operasional Variabel .....	32
3.7 Teknik Analisis Data .....	33

## **DAFTAR PUSTAKA**



## **DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 1.1</b> Data Pekerjaan Masyarakat Desa Seteluk .....	6
<b>Tabel 3.1</b> Jumlah KK Masyarakat Desa Seteluk Atas.....	28
<b>Tabel 3.2</b> Perhitungan Dalam Pengambilan Sampel .....	28
<b>Tabel 3.3</b> Skala Kuesioner Perekonomian Keluarga .....	28
<b>Tabel 3.4</b> Skala Kuesioner Perilaku Konsumtif .....	28

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran 1</b> Kuesioner .....	39
-----------------------------------	----

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kebutuhan merupakan hal dasar dalam memenuhi keberlangsungan hidup dan harus segera terpenuhi. Dalam dunia ekonomi, terdapat tingkatan terhadap pemenuhan akan kebutuhan barang dan jasa, tingkatan tersebut adalah keinginan dan kebutuhan. Kebutuhan dan keinginan merupakan dikotomi didalam kehidupan. Kebutuhan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berasal dari kata butuh, yang kemudian diartikan sebagai sesuatu yang sangat diperlukan keberadaannya untuk menunjang hidup. Sedangkan keinginan adalah segala sesuatu yang dibutuhkan, dan apabila tidak terpenuhi tidak memengaruhi keberlangsungan kehidupan. Kebutuhan sering ditafsirkan sebagai kebutuhan primer, berupa makan, minum, pakaian, dan tempat tinggal. Sedangkan keinginan berkaitan dengan kebutuhan sekunder dan tersier, yang berhubungan sesuatu yang sifatnya menunjang kehidupan setelah kebutuhan primer terpenuhi. (<https://kbbi.web.id>, diakses 6 Oktober 2019).

Untuk menjelaskan dikotomi kebutuhan dan keinginan, kita mengacu pada teori hierarki kebutuhan atau *hierarkis of needs*, yang dicetuskan oleh Abraham Maslow (dalam Sri Astuti Setianingsih, 2018:1-2). Dalam teorinya menjelaskan bahwa manusia memiliki lima tingkat kebutuhan mulai dari paling bawah sampai paling tinggi. Pemenuhan kelima kebutuhan ini dilakukan secara sistematis, manusia terlebih dahulu akan memenuhi

kebutuhan yang paling bawah sebelum berusaha untuk memenuhi kebutuhan yang paling tinggi. Konsumen yang telah bisa memenuhi kebutuhan dasarnya, akan terpacu untuk memenuhi kebutuhan yang berada di atasnya, dan begitulah seterusnya. Lima kebutuhan tersebut adalah : *Physiological needs*, *Safety needs*, *Social needs*, *Esteem needs*, dan *Self actualization*.

Pada prinsipnya manusia disebut sebagai *homoeconomicus*, artinya manusia sebagai makhluk ekonomi yang rasional. Terkait dengan pemenuhan kebutuhan dan teori *hierarkis of needs* dari Abraham Maslow, maka manusia dalam melakukan transaksi ekonomi guna memenuhi kebutuhannya dilakukan secara rasional. Rasional disini diartikan sebagai pemenuhan kebutuhan yang dilakukan berdasarkan pertimbangan yang matang terkait dengan butuh dan tidaknya terhadap suatu barang, daya jangkau, dan rasionya dengan pendapatan, serta asas manfaat yang diberikan.

Namun seiring dengan kemunculan globalisasi dan modernisasi kehidupan, sebagai dampak yang ditimbulkan oleh kemajuan ilmu pengetahuan. Membawa manusia pada ruang tanpa batas, tanpa sekat, dan campur baur norma dan budaya. Salah satu dampak yang ditimbulkan oleh globalisasi dan modernisasi kehidupan adalah munculnya ruang abu-abu diantara kebutuhan dan keinginan. Kaburnya pandangan manusia mengenai definisi kebutuhan dan keinginan, berimplikasi pada tidak sistematisnya pola pemenuhan kebutuhan manusia. Kebutuhan primer tidak lagi menjadi prioritas dan harus terpenuhi saat itu juga. Fenomena dewasa ini mempertontonkan perlombaan dalam memenuhi kebutuhan sekunder dan tersier yang bersifat

*life style*. Karancuan pola pemenuhan kebutuhan hidup ini kemudian dinamakan sebagai perilaku konsumtif.

Menurut Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk mengkonsumsi tanpa batas, dan lebih mementingkan faktor keinginan daripada faktor kebutuhan (Hotpascaman dalam Lia Indriani, 2015:1). Keinginan masyarakat dalam era kehidupan modern untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Perilaku konsumtif seringkali dilakukan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan, meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh hanya bersifat semu (Fromm dalam Elfina, 2010:14). Perilaku konsumtif terjadi karena masyarakat mempunyai kecenderungan materialistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhannya (Sachari dalam Tiurma, 2009:21).

Perilaku konsumtif telah merambah ke berbagai Negara, tidak terkecuali Indonesia. Indonesia merupakan Negara yang dijadikan sebagai ladang empuk pemasaran produk oleh Negara-negara industri di dunia. Rhenald Kasali Guru Besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia dilansir dari laman <https://amp.tirto.id> (Haris Prabowo, 2018), mengatakan bahwa salah satu permasalahan akut yang terjadi pada masyarakat Indonesia adalah budaya konsumerisme. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh *The Conference Board Global Consume Confidence Survey* berkolaborasi dengan Nielsen merilis Indonesia berada

dalam urutan ketiga Negara terkonsumtif setelah India dan Filipina. (<https://amp.kontan.co.id>, diakses 6 Oktober 2019).

Perilaku konsumtif sangat marak dipertontonkan di Indonesia utamanya daerah perkotaan. Kebutuhan akan *lifestyle* bukan lagi menjadi barang sekunder yang harus dikesampingkan lebih dahulu dalam daftar kebutuhan hidup manusia zaman modern. Pemenuhan kebutuhan elektronik, teknologi, pakaian dan barang mewah lainnya memberikan andil yang besar bercokolnya Indonesia diurutan teratas Negara terkonsumtif didunia. Demam konsumtif yang mengidap masyarakat kota di Indonesia, sekarang telah mewabah hingga ke pelosok desa. Bahkan ada sebagian warga desa yang begitu cepat merespon perubahan budaya tersebut.

Selain faktor *lifestyle*, ada beberapa faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Lia Indriani (2015) melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkan oleh pendapatan, gaya hidup dan jenis kelamin terhadap terhadap tingkat konsumsi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan berperan positif terhadap peningkatan tingkat konsumsi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Agustina (2016), juga menunjukkan bahwa sosial ekonomi (pendapatan) bersampak positif pada peningkatan perilaku konsumtif. Menyambung paragraf diatas, masyarakat pedesaan memiliki karakteristik yang berbeda dengan masyarakat perkotaan, utamanya dalam hal pendapatan. Masyarakat perkotaan identik dengan rata-rata pendapatan perkapita yang berada jauh diatas masyarakat pedesaan, hal ini dinilai merupakan salah satu penunjang perilaku konsumtif.

Pendapatan masyarakat dapat dilihat dengan jumlah pemasukan. Menurut Badan Pusat Statistik, pendapatan dibagi dalam 4 golongan, yaitu, golongan sangat tinggi, golongan tinggi, golongan sedang dan golongan rendah. Dengan adanya tingkat golongan pendapatan masyarakat tidak terlepas dari perilaku konsumtif masyarakat tersebut. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Zumrotin (Agustina, 2016 :41-42) salah faktor pendukung yang mendorong terjadinya perilaku konsumtif adalah naiknya pendapatan. Kenaikan ini akan diikuti dengan adanya penambahan kebutuhan hidup tidak hanya dalam mutu dan jumlah tetapi juga ragamnya.

Tidak terlepas dari hal tersebut diatas, perilaku konsumtif bisa dikatakan telah melekat pada sebagian besar masyarakat Indonesia dan secara khusus masyarakat Dusun Seteluk Atas Desa Seteluk Atas Kecamatan Seteluk Kabupaten Sumbawa Barat. Melihat fenomena yang terjadi saat ini masyarakat Desa Seteluk Atas seakan akan berlomba-lomba untuk membeli barang-barang mewah dan memiliki barang yang sama lebih dari satu. Selain remaja, orangtua juga tidak mau kalah dengan *lifestyle* anaknya.

Jika dilihat secara data sebagian besar masyarakat desa Seteluk Atas yang berjumlah 2.347 orang secara angka tidak memiliki pekerjaan tetap terdiri dari 878 orang (37,4%) dan jumlah tersebar kedua sebagai petani yang berjumlah 555 orang (23,6%). Secara lebih rinci bisa dilihat dalam tabel 1.1 berikut.

**Tabel 1.1**  
**Data Pekerjaan Masyarakat Desa Seteluk Atas**

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah		Total
		Laki-Laki	Perempuan	
1	Petani	355	200	555
2	Tukang	13	3	16
3	Pegawai Negeri Sipil	26	22	48
4	POLRI	3	0	3
5	Pelajar	179	234	413
6	Karyawan Perusahaan Swasta	46	10	56
8	Karyawan Pegawai Pemerintah	11	6	17
9	Wiraswasta	85	76	161
10	Buruh Migran	5	57	62
11	Buruh	27	12	39
12	Satpam	1	0	1
13	Pensiunan	2	0	2
14	Tidak Memiliki Pekerjaan Tetap	317	561	878
Total		1.070	1.181	2.251

*Sumber : Arsip Kantor Desa Seteluk Atas (2019)*

Berdasarkan kesenjangan antara fenomena perilaku konsumtif masyarakat dengan pekerjaan masyarakat sebagaimana terlihat diatas, maka penulis tertarik mengangkat judul “Analisis Tingkat Perekonomian Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Desa Seteluk Atas Kabupaten Sumbawa Barat (Studi Kasus Dusun Seteluk Atas)”.



## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, adapun permasalahan yang dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut :

1. Ada ketidaksesuaian antara gaya hidup dengan rata-rata pekerjaan masyarakat.
2. Terlihat pengaruh *modernisasi* terhadap pola pemenuhan kebutuhan hidup masyarakat.
3. Terlihat fenomena masyarakat sekitar yang berlomba-lomba untuk mengikuti trend penggunaan *handphone* dan kendaraan bermotor keluaran terbaru.

## 1.3 Batasan Masalah

Karena adanya keterbatasan waktu, dana, tenaga, teori-teori dan agar penelitian dapat dilakukan secara mendalam, maka penulis membatasi masalah pada : “Tingkat Perekonomian Masyarakat Dusun Seteluk Atas Terhadap Perilaku Konsumtif”.

## 1.4 Rumusan Masalah

berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Adakah pengaruh tingkat perekonomian keluarga terhadap perilaku konsumtif masyarakat desa?”.

## 1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk “mengetahui pengaruh tingkat perekonomian keluarga terhadap perilaku konsumtif masyarakat desa”.

## 2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, yaitu :

### a. Manfaat Akademik

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini secara akademik, antara lain :

- 1) Secara akademik sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Samawa (UNSA) Sumbawa Besar.
- 2) Sebagai referensi bagi penelitian yang sejenis pada masa mendatang.

### b. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, yaitu :

#### 1) Bagi Penulis

Menambah wawasan bagi penulis karena dapat menerapkan ilmu yang diperoleh selama kuliah, serta penulis dapat melakukan evaluasi secara nyata untuk mengetahui pengaruh tingkat perekonomian terhadap perilaku konsumtif.

#### 2) Bagi instansi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan berkaitan dengan perilaku konsumtif masyarakat desa di kecamatan Seteluk. Serta menjadi arah pengambilan kebijakan kedepannya.

c. Bagi Pihak Lain

Sebagai bahan referensi dan untuk memperkaya khazanah intelektual bagi pihak-pihak yang turut membaca dan mengkaji persoalan yang berkaitan pendapatan dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Sebelumnya**

- 1. Lia Indiriani (2015)** melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, dan Jenis Kelamin Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner dan dokumentasi. Karena didalam penelitian ini terdapat lebih dari satu variabel bebas, penelitian ini menggunakan metode analisi regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat.

Persamaan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian sebelumnya adalah :

- a. Mencari pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.
- b. Meneliti pendapatan sebagai variabel X dan tingkat konsumsi (perilaku konsumtif) sebagai variabel Y.
- c. Menggunakan metode pengumpulan data berupa kuesioner.

Perbedaan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian sebelumnya adalah :

- a. Jumlah variabel bebas yang digunakan.
- b. Populasi dan sampel penelitian, dan objek penelitian.

- c. Metode analisis data, dimana penulis menggunakan regresi linier sederhana. Sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan regresi linier berganda.

**2. Agustina Erika Sihotang (2016)** melakukan penelitian dengan judul “Hubungan Tingkat Sosial Ekonomi Keluarga dan Lingkungan Sosial dengan Sikap Konsumtif Pada Siswa Kelas X di SMA Bodhisattva Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2015/2016”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, dengan metode pengumpulan data pokok berupa kuesioner dan data penunjang berupa wawancara dan dokumentasi. Analisis data pada penelitian ini menggunakan metode analisis data uji keceratan (*Chi Kuadrat*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan antara tingkat sosial ekonomi keluarga (X1) dengan sikap konsumtif (Y) dan hubungan antara lingkungan sosial (X2) dengan sikap konsumtif (Y) pada siswa kelas X di SMA Bodhisattva Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2015/2016.

Persamaan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian sebelumnya adalah :

- a. Mencari pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.
- b. Penggunaan ekonomi keluarga sebagai variabel X dan sikap konsumtif sebagai variabel Y.

Perbedaan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian sebelumnya adalah :

- a. Penelitian menggunakan metode penelitian asosiatif kuantitatif, penelitian sebelumnya menggunakan deskriptif kuantitatif.
- b. Jumlah variabel X yang digunakan.
- c. Penelitian menggunakan metode analisis data regresi linier sederhana,

**3. Sri Astuti Setianingsih (2018)** melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto)”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan metode pengumpulan data primer berupa kuesioner dan data sekunder berupa wawancara dan dokumentasi. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda, karena pada penelitian ini mempunyai dua variabel X.

Persamaan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian sebelumnya adalah :

- a. Sama-sama ingin melihat pengaruh yang ditimbulkan oleh faktor ekonomi terhadap perilaku konsumtif.
- b. Metode pengumpulan data.

Perbedaan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian sebelumnya adalah :

- a. Jumlah variabel X yang digunakan.
- b. Penulis menggunakan metode analisis data linier sederhana, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan linier berganda.
- c. Objek penelitian.

## 2.2 Landasan Teori

### 1. Perilaku Konsumtif

#### a. Definisi Perilaku Konsumtif

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, perilaku berasal dari kata “laku” yang berarti perbuatan, kelakuan, cara menjalankan dan berbuat. Definisi menurut Wawan (2011), perilaku merupakan suatu tindakan yang dapat diamati dan mempunyai frekuensi spesifik, durasi dan tujuan baik disadari maupun tidak. Perilaku merupakan kumpulan faktor yang saling berinteraksi.

Menurut Lubis dalam Sumartono (2002), perilaku konsumtif adalah perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi. Sedangkan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia mengatakan perilaku konsumtif merupakan kecendrungannya individu untuk mengonsumsi sesuatu tanpa batasan dan hanya mementingkan faktor keinginan. Definisi lain, Anggasari mengatakan perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang dengan kurang adanya pertimbangan sehingga menjadi kurang bermanfaat.

Asry (2006) juga mendeskripsikan perilaku konsumtif sebagai keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Konsumtif juga biasanya digunakan untuk menunjukkan

perilaku masyarakat yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan merupakan kebutuhan pokok.

Menurut Basu Swastha Dharmmesta dan Hani Handoko (2011: 107) menyatakan bahwa dalam mendeskripsikan perilaku konsumtif maka konsumen tidak dapat lagi membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Dalam perilaku konsumtif terdapat kebutuhan dan keinginan yang belum terpenuhi atau terpuaskan. Kebutuhan yang dipenuhi bukan merupakan kebutuhan yang utama melainkan kebutuhan yang hanya sekedar mengikuti arus mode, ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial, tanpa memperdulikan apakah memang dibutuhkan atau tidak.

Dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku membeli sesuatu atas dorongan keinginan dan nafsu yang menggebu-gebu, tanpa mempertimbangkan asas manfaat dalam jangka waktu yang lama.

Lebih lanjut, Sumartono (2002) menjelaskan bahwa munculnya perilaku konsumtif disebabkan oleh faktor eksternal dan internal. Adapun faktor eksternal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif individu adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga dan demografi. Sedangkan faktor internal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif individu adalah motivasi, harga



diri, pengamatan dan proses belajar, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup.

Oleh sebab itu, perilaku konsumtif merupakan sebuah sikap dalam mengonsumsi yang mengandung berlebihan karena tidak memiliki prioritas utama dalam hidup melainkan hanya memenuhi nafsu membeli, sehingga pembeliannya menjadi kurang bermanfaat. Perilaku konsumtif dilihat dari dua sisi yaitu internal dan eksternal. Sisi internal dilihat dari konsep diri, gaya hidup, literasi keuangan, kepribadian, motivasi dan religiusitas. Sedangkan eksternal dilihat dari lingkungan, media sosial, dan kebudayaan.

#### **b. Indikator Perilaku Konsumtif**

Menurut Sumartono (dalam Tiurma Yustisi Sari 2009: 26-27), definisi konsep perilaku konsumtif amatlah variatif, tetapi pada intinya muara dari pengertian perilaku konsumtif adalah membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan pokok. Secara operasional, indikator perilaku konsumtif yaitu :

- 1) Membeli produk karena iming-iming hadiah : membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.
- 2) Membeli produk karena kemasannya menarik : konsumen sangat mudah terbujuk membeli produk yang dibungkus dengan baik dan dihias dengan warna-warna yang menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk hanya karena tampilan kemasan yang menarik.

- 3) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi : kaum muda mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya remaja mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya dengan tujuan agar mereka selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain. Remaja lebih banyak membelanjakan uangnya untuk menghasilkan tampilan diri yang menarik.
- 4) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya) : cenderung berperilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.
- 5) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status : membeli produk untuk memberikan kesan *lifestyle* dan untuk mengarahkan pandangan masyarakat atas status yang dimiliki.
- 6) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan : produk yang dibeli didasarkan pada siapa yang tokoh yang dibalut dalam iklan. Jika kebetulan *public figure* yang disegani dan *trend*, maka sudah pasti produk laku terjual.
- 7) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi : produk dengan harga yang mahal cenderung membuat penggunanya merasakan percaya diri yang tinggi.

- 8) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merk berbeda) : meskipun produk yang sebelumnya dibeli belum habis terpakai.

**c. Faktor Pendukung Perilaku Konsumtif**

Menurut Zumrotin dalam Agustina Erika Sihotang (2016:41-42), faktor pendukung yang kerap kali mendorong terjadinya perilaku konsumtif adalah:

1) Naikannya Pendapatan

Perkembangan bidang ekonomi membawa dampak pada masyarakat, salah satunya adalah naiknya pendapatan. Kenaikan ini diikuti penambahan kebutuhan hidup masyarakat, tidak hanya dalam mutu dan jumlah tetapi juga ragamnya. Misal saja dulu masyarakat membeli perabot rumah tangga yang sesuai dengan kebutuhannya, sekarang dalam membeli perabot rumah tangga mempertimbangkan merek dan gengsi.

2) Iklan

Media massa berfungsi mengkomunikasikan suatu produk kepada masyarakat dengan iklannya. Iklan merupakan alat produsen untuk mempromosikan produknya. Iklan yang gencar akan mengakibatkan rasa ingin tahun pada masyarakat, rasa ingin tahu ini terobati bila masyarakat atau konsumen telah memakai atau memiliki produk.

### 3) Westernisasi

Masyarakat menganggap apa saja yang berasal dari negeri barat adalah yang terbaik. Apa yang dilakukan dan dipakai orang barat patut dan harus ditiru agar dikatakan modern. Gejala ini tampak ketika hal-hal yang berbau negeri barat mendapat tempat yang baik dalam negeri ini. faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Pertama, faktor eksternal. Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh (1) kebudayaan, (2) kelas sosial, (3) kelompok sosial dan kelompok referensi, dan (4) keluarga. Kedua, faktor internal, yang termasuk dalam faktor internal adalah (1) motivasi, (2) pengamatan dan belajar, (3) kepribadian dan konsep diri.

#### **d. Karakteristik Sikap Konsumtif**

Karakteristik perilaku konsumtif seseorang sebenarnya dapat dilihat dari beberapa karakter sebagai berikut :

- 1) Keinginan individu untuk membeli barang yang kurang diperlukan.
- 2) Perasaan tidak puas individu untuk selalu memiliki barang yang belum dimiliki.
- 3) Sikap individu berfoya-foya dalam membeli barang.
- 4) Kesenangan individu membeli barang dengan harga mahal yang tidak sesuai dengan nilai & manfaatnya.

Menurut Grinder (dalam Agustina Erika Sihotang, 2016:43) lebih lanjut menjelaskan tentang karakteristik individu yang berperilaku konsumtif yaitu:

- a. Pola konsumsi yang bersifat foya-foya / berlebihan.
- b. Boros.
- c. Tidak bisa menunda kepuasan.
- d. Selalu merasa tidak puas jika belum memiliki barang yang diinginkan.
- e. Materialistik/hasrat memilki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhannya.

## **2. Status Sosial Ekonomi**

### **a. Pengertian Status Sosial Ekonomi**

Status sosial menurut Ujang Sumarwan (2011:265) disamakan dengan kelas sosial, yaitu pembagian masyarakat kedalam kelas-kelas yang berbeda atau strata yang berbeda.

Kedudukan atau status sosial menurut Seorjono Soekanto (2000:265) adalah tempat seseorang secara umum dalam masyarakatnya sehubungan dengan orang-orang lain, dalam arti lingkungan pergaulan, prestisenya dan hak-hak serta kewajibannya. Dalam pergaulan atau interaksi seseorang dengan kepretisannya (kegengsiannya) tergantung pada aspek sosial.

Menurut Mayor Polak (dalam Abddul Syani, 2014:91), status sosial dimaksudkan sebagai kedudukan sosial seseorang oknum dalam kelompok serta dalam masyarakat.

Kaitannya dengan ekonomi, Status sosial ekonomi adalah perpaduan antara status sosial dengan keadaan ekonomi yang ada di masyarakat. Di masyarakat adanya pengelompokkan anggota masyarakat ke dalam kelompok-kelompok (kelas sosial) merupakan hal yang biasa. Karena dalam kenyataannya terlihat bahwa di masyarakat ada kelompok masyarakat secara ekonomi mempunyai pendapatan yang tinggi, dan begitu pula sebaliknya. Selain itu pendidikan yang dienyam masyarakat pun berbeda-beda. Kemudian dari status sosial masyarakat, ada yang status sosialnya tinggi dan ada yang yang status sosialnya rendah.

Santrock (2007) mendefinisikan status sosial ekonomi adalah pengelompokkan orang-orang berdasarkan kesamaan karakteristik pekerjaan, pendidikan, dan ekonomi. Sedangkan menurut Winke dalam Basrowi (2010) status sosial ekonomi memiliki makna suatu keadaan yang menunjukkan pada kemampuan finansial keluarga dan perlegkapan material yang dimiliki, dimana keadaan ini bertaraf baik, cukup dan kurang.

#### **b. Tingkat Perekonomian Keluarga**

Menurut Suryani (2008) menyatakan bahwa ada beberapa indikator yang sering digunakan untuk mengukur status sosial

ekonomi adalah (1) pekerjaan, (2) pendapatan, (3) pekerjaan dan (4) pendidikan. Sedangkan menurut Yulianti dalam Basrowi dan Siti Juariyah (2010) indikator sosial ekonomi adalah perumahan, dan kesejahteraan rumah tangga. Dari beberapa pandangan ahli tersebut, untuk mengukur status sosial ekonomi utamanya status sosial ekonomi keluarga, yaitu :

1) Pekerjaan

Pekerjaan yang dilakukan oleh ayah dan ibu, akan menentukan kelas sosial keluarga.

2) Tingkat Pendidikan

Menurut Gunawan S (dalam Antoni Widodo, 2015:21) menjelaskan bahwa tingkat pendidikan akan mempengaruhi pendapatan seseorang. Dengan hal ini maka ditarik kesimpulan, semakin tinggi pendidikan maka semakin tinggi pendapatan yang dihasilkan, begitu pula sebaliknya.

3) Pendapatan

Pendapatan adalah materi yang diterima oleh seseorang atau lembaga tertentu karena telah memberikan jasa atau melakukan suatu pekerjaan yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan dan dapat dijadikan sebagai jaminan kelangsungan hidup.

Jumlah pendapatan akan menggambarkan besarnya daya beli dari seseorang, karena daya beli akan menggambarkan banyaknya produk dan jasa yang bisa dibeli dan dikonsumsi oleh seseorang.

Pendapatan merupakan tolak ukur paling umum dan akurat yang digunakan oleh para pakar perekonomian dan pemerintah, untuk mengetahui sejauh mana tingkat perekonomian masyarakat dan keluarga khususnya.

Tingkat penghasilan seseorang dibagi dalam beberapa klasifikasi sesuai dengan golongan dan jumlah uang yang dihasilkan. Friedman (2004) berpendapat bahwa tingkat perekonomian seseorang dibagi menjadi 3 kelompok, yaitu :

- a) Penghasilan tipe kelas atas, lebih dari Rp. 1.000.000/bulan.
- b) Penghasilan tipe kelas menengah, berkisar antara Rp. 500.000 sampai Rp. 1.000.000/bulan
- c) Penghasilan tipe kelas bawah, kurang dari Rp. 500.000/bulan

Saraswati (2009), membagi tingkat penghasilan kedalam 3 kelompok, yaitu :

- a) Golongan atas, lebih dari Rp. 2.000.000/bulan
- b) Golongan menengah, berkisar antara Rp. 1.000.000 sampai Rp. 2.000.000/bulan
- c) Golongan bawah, kurang dari Rp. 1.000.000/bulan.

Berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik tahun 2012 (<https://tudyoofhealth23.blogspot.com>, diakses 24 Januari 2020), pendapatan dibagi dalam 4 golongan, yaitu :

- a) Golongan pendapatan sangat tinggi : pendapatan lebih dari Rp. 3.500.00,00 per bulan.



- b) Golongan pendapatan tinggi : pendapatan berkisar Rp. 2.500.000,00 s/d Rp. 3.500.000,00 per bulan.
- c) Golongan pendapatan sedang : pendapatan antara Rp. 1.500.000,00 s/d Rp. 2.500.000,00 per bulan.
- d) Golongan pendapatan rendah : pendapatan dibawah Rp. 1.500.000,00 perbulan.

Menyambung data diatas, pemerintah Indonesia melalui BPS pada 15 Juli 2019 merilis “Profil Kemiskinan di Indonesia Maret Tahun 2019”. Dalam laporan tersebut dimuat angka garis kemiskinan rata-rata rumah tangga di Indonesia per Maret 2019. Berdasarkan data yang tersedia, garis kemiskinan per rumah tangga secara nasional tercatat sebesar Rp. 425.250/kapita, dengan rata-rata memiliki 4,68 orang anggota rumah tangga. Dengan demikian, besarnya garis kemiskinan rata-rata nasional jika akumulasikan jumlah pendapatan perkapita dan jumlah rata-rata anggota keluarga, sebesar Rp. 1.990.170/rumah tangga miskin/bulan.

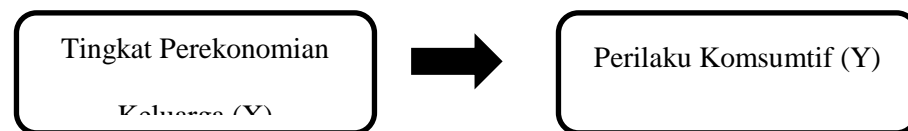
Data diatas, dilihat dalam rata-rata nasional. Garis kemiskinan masih dalam laporan yang sama, berbeda-beda pada masing-masing daerah. DKI Jakarta tercatat sebagai daerah dengan batas garis kemiskinan rumah tangga tertinggi di Indonesia, yaitu sebesar Rp. 3.358.360/rumah tangga miskin/bulan. Sedangkan penghasilan rumah tangga dengan batas garis kemiskinan daerah

terendah berada pada Nusa Tenggara Barat (NTB), dengan batas penghasilan Rp. 1.578.008/rumah tangga miskin/bulan.

#### 4) Kekuasaan/Jabatan

Kekuasaan atau jabatan adalah kedudukan seseorang dalam memposisikan dirinya didalam pekerjaan, dimana seseorang yang mempunyai kekuasaan akan leluasa untuk menyuruh bawahannya, sehingga akan mempengaruhi kekayaannya.

### 2.3 Kerangka Konseptual



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual**

Berdasarkan gambar 2.1 diatas, akan dilakukan pengujian hipotesis antara indikator tingkat perekonomian keluarga (X) terhadap ada dan tidak adanya perilaku konsumtif masyarakat.

### 2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan keadaan atau hubungan yang diperikarkan secara logis diantara dua atau lebih variabel yang diungkap dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji (Noor, 2015:79). Adapun hipotesis dalam penelitian diuraikan sebagai berikut :

“Diduga terdapat pengaruh tingkat perekonomian keluarga terhadap perilaku konsumtif masyarakat desa Seteluk Atas Kecamatan Seteluk Kabupaten Sumbawa Barat.”

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2003: 11). Pemilihan jenis penelitian asosiatif mengacu pada masalah yang penulis teliti, penulis akan meneliti pengaruh yang ditimbulkan oleh tingkat perekonomian keluarga (variabel X) terhadap perilaku konsumtif masyarakat desa (variabel Y).

#### **3.2 Jenis dan Sumber Data**

##### **1. Jenis data**

Dalam penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016: 2) data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur (*measurable*) atau dihitung secara langsung sebagai variabel angka atau bilangan. Data kuantitatif dalam penelitian ini yaitu tentang perekonomian keluarga dan perilaku konsumtif.

##### **2. Sumber Data**

Sumber data didalam penelitian ini adalah :

###### **a. Data Primer**

Data primer merupakan sumber data utama yang diperoleh dari angket yang diisi oleh responden (Sugiono dalam Oca, 2017:48). Data bersumber dari responden (masyarakat Seteluk Atas).

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber-sumber yang ada, artinya sumber tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiono dalam Oca, 2014:225). Data sekunder merupakan data pendukung yang berfungsi sebagai penopang data primer (utama), guna menghasilkan penelitian akurat dan komprehensif. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari literatur ilmiah, jurnal, skripsi relevan, artikel, internet, Undang-Undang dan Peraturan daerah, serta dokumen-dokumen yang memuat data yang diperlukan.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi**

Populasi merupakan keseluruhan objek penelitian. Populasi adalah elemen penelitian yang hidup dan tinggal bersama-sama dan secara teoritis menjadi target hasil penelitian (Marheni, 2014 : 20). Jadi, populasi merupakan keseluruhan dari anggota yang berada dalam suatu tempat yang bertujuan menjadi target penelitian. Populasi penelitian ini adalah seluruh masyarakat Dusun Seteluk Atas Desa Seteluk Atas yaitu sebanyak 3 dusun, 15 RT dan 11 RW.

**Tabel 3.1**  
**Jumlah KK Masyarakat Dusun Seteluk Atas**

<b>No.</b>	<b>RT/RW</b>	<b>Jumlah KK</b>	<b>Jumlah Masyarakat</b>
1	01/01	55	198
2	02/01	39	144
3	01/02	54	209
4	02/02	46	153
Total		194	704

*Sumber : Arsip Dusun Seteluk Atas (2019)*

## 2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dinamakan penelitian sampel apabila kita bermaksud untuk menggeneralisasikan hasil penelitian sampel. Sampel dapat diartikan sebagai perwakilan dari seluruh populasi yang menjadi subjek penelitian yang diambil dengan beberapa cara dan teknik tertentu (Marhaeni, 2014 : 20). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik sampel purposive sampling adalah salah satu tehnik sampling non random sampling dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan fokus pada tujuan penelitian.. Pada penelitian ini penulis merincikan pengambilan sampel sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
**Perhitungan Dalam Pengambilan Sampel**

<b>RT/RW</b>	<b>Jumlah Populasi (KK)</b>	<b>Keputusan Pengambilan</b>
01/01	55	5 Sampel
02/01	39	5 Sampel
01/02	54	5 Sampel
02/02	46	5 Sampel
<b>Jumlah</b>	<b>194</b>	<b>20 Sampel</b>

*Sumber : Slovin (dalam Riduwan, 2005)*

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data didalam penelitian ini adalah :

#### 1. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugyono (2012:142) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Angket tidak lain juga merupakan alat pengumpul data yang berupa daftar pertanyaan namun diisi sendiri oleh responden. Angket atau kuesioner diisi oleh masing-masing keluarga yang dijadikan sample penelitian. Kuesioner dijadikan sebagai skala pengukuran variabel penelitian. Uraian skor pertanyaan sebagai berikut :

**Tabel 3.3**  
**Skala Kuesioner Tingkat Perekonomian Keluarga (X)**

Pilihan Jawaban	Kriteria	Skor
A	Sangat Tinggi	5
B	Tinggi	4
C	Sedang	3
D	Rendah	2
E	Sangat Rendah	1

*Sumber : Modifikasi Ratna Sary,( 2016 : 53)*

**Tabel 3.4**  
**Skala Kuesioner Perilaku Konsumtif Masyarakat (Y)**

Alternatif Jawaban	Skor
Selalu (SL)	1
Sering (SR)	2
Kadang-Kadang (KK)	3
Pernah (P)	4
Tidak Pernah (TP)	5

*Sumber : Modifikasi Khuzaiyah (2015)*

Adapun uji instrument yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Uji validitas

Menurut Sugiyono (2009: 172) valid berarti bahwa instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Untuk menguji validitas peneliti menggunakan SPSS versi 26, dengan pendekatan koefisien korelasi yaitu dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pernyataan dengan skor totalnya. Bila nilai korelasinya positif dan  $r > 0,361$  maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Dalam uji validitas pengambilan keputusan adalah :

- 1) Jika  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ , maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid
- 2) Jika  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ , maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid

Jika telah memenuhi syarat tersebut maka dapat disimpulkan bahwa instrument tersebut telah memiliki validitas konstruk yang baik. Sementara butir-butir pertanyaan yang tidak valid akan dikeluarkan. Setelah semua butir pertanyaan dinyatakan valid maka instrument tersebut layak untuk kuesioner penelitian.

#### b. Uji Reabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Bila koefisien korelasi ( $r$ ) positif dan signifikan, maka instrumen tersebut sudah dinyatakan reliabel. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Croanbach Alpha* > 0,6.

#### 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang memungkinkan peneliti memperoleh informasi dari bermacam-macam sumber tertulis atau dokumen yang ada pada responden atau tempat dimana responden bertempat tinggal atau melakukan kegiatan sehari-hari (Mulyani, 2015: 27). Sumber dokumentasi dalam penelitian ini yaitu berupa data jumlah masyarakat dan kepala keluarga kecamatan seteluk.

### 3.5 Identifikasi/Klasifikasi Variabel

Pada bagian ini akan diuraikan klasifikasi dari masing-masing variabel yang digunakan, sebagai berikut :

#### 1. Variabel Bebas

Variable bebas adalah suatu variable yang variasinya mempengaruhi variable lain. Dapat pula dikatakan bahwa variable bebas adalah variable yang pengaruhnya terhadap variable lain ingin diketahui (Azwar, 2001: 62). Variable bebas didalam penelitian ini adalah tingkat perekonomian keluarga (X).



## 2. Variabel Terikat

Variable terikat adalah penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya efek atau pengaruh variable lain. Besarnya efek tersebut diamati dari ada tidaknya, timbul-hilangnya, membesar-mengecilnya, atau berubahnya variasi yang tampak sebagai akibat perubahan variable lain (Azwar, 2001: 62). Variable terikat didalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif (Y).

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variable adalah operasionalisasi teknis variabel penelitian yang dicantumkan dalam klasifikasi variabel. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah tingkat perekonomian keluarga sedangkan variabel terikat adalah perilaku konsumtif

#### 1. Tingkat Perekonomian Keluarga (X)

Tingkat Perekonomian Keluarga adalah jumlah pendapatan yang diperoleh oleh anggota keluarga dalam satu KK (suami dan istri) perbulan. Indikator untuk mengukur tingkat perekonomian keluarga, mengacu pada pembagian golongan pendapatan keluarga menurut Badan Pusat Statistik tahun 2012 yaitu :

- a. Golongan pendapatan sangat tinggi : pendapatan lebih dari Rp. 3.500.00,00 per bulan.
- b. Golongan pendapatan tinggi : pendapatan berkisar Rp. 2.500.000,00 s/d Rp. 3.500.00,00 per bulan.

- c. Golongan pendapatan sedang : pendapatan antara Rp. 1.500.00,00 s/d Rp. 2.500.000,00 per bulan.
- d. Golongan pendapatan rendah : pendapatan dibawah Rp. 1.500.00,00 perbulan.

## 2. Perilaku Konsumtif (Y)

Perilaku Konsumtif dalam penelitian ini meliputi sebagai berikut :

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah.
- b. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.
- c. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).
- d. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi
- e. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merk berbeda) : meskipun produk yang sebelumnya dibeli belum habis terpakai.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari dua jenis analisis, yaitu :

#### 1. Uji Regresi Sederhana

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kedua variabel, peneliti menggunakan teknik analisis regresi sederhana. Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada variabel dependen (Y), nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen (X) yang diketahui. Dengan menggunakan analisis regresi

sederhana maka akan mengukur perubahan variabel bebas. Analisis regresi sederhana dapat digunakan untuk mengetahui perubahan yang akan terjadi berdasarkan pengaruh yang ada pada waktu sebelumnya. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh antara tingkat perekonomian keluarga dengan perilaku konsumtif masyarakat dilakukan dengan rumus regresi sederhana yaitu sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX$$

(Sumber : Sugiyono. 2009:204)

Keterangan :

$\hat{Y}$  = Subjek variabel terikat yang diperidiksi (kesejahteraan guru honorer)

$X$  = Subjek variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu (pendapatan)

$a$  = Bilangan konstanta regresi untuk  $x=0$  (nilai  $y$  pada saat  $x$  nol)

$b$  = Koefisien arah regresi yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel  $Y$  bila bertambah atau berkurang 1 unit.

Berdasarkan persamaan diatas, maka nilai  $a$  dan  $b$  dapat diketahui dengan

menggunakan rumus *least square* sebagai berikut :

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

(Sugiyono, 2009:206)

Dimana  $n$  = jumlah data sampel.

Setelah melakukan perhitungan dan telah diketahui nilai untuk  $a$  dan  $b$ , kemudian nilai tersebut dimasukkan ke dalam persamaan regresi sederhana untuk mengetahui perubahan yang terjadi para variabel  $Y$  berdasarkan nilai variabel  $X$  yang diketahui. Persamaan regresi tersebut

bermanfaat untuk meramalkan rata-rata variabel Y bila X diketahui dan memperkirakan rata-rata perubahan variabel Y untuk setiap perubahan X.

## 2. Uji t (Uji Parsial)

Uji t yaitu uji secara parsial untuk membutuhkan hipotesis awal tentang pengaruh pendapatan sebagai variabel bebas terhadap perilaku konsumtif masyarakat desa sebagai variabel terikat.

$H_0 : b_1 = 0$  artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

$H_a : b_1 \neq 0$  artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Kriteria pengambilan keputusan :

$H_0$  diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

$H_a$  diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

## 3. Identifikasi Determinan ( $R^2$ )

Determinan digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan kata lain koefisien determinan digunakan untuk mengukur besarnya variabel bebas yang diteliti yaitu tingkat perekonomian keluarga (X) terhadap perilaku konsumtif (Y) sebagai variabel terikatnya.

Jika determinan ( $R^2$ ) semakin besar atau mendekati 1, maka variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) semakin kuat. Hal ini

berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

Jika determinan ( $R^2$ ) semakin kecil atau mendekati 0, maka variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Basrowi dan Siti Juariyah. 2010. *Analisis Kondisi Sosial Ekonomi dan Tingkat Pendapatan Masyarakat Desa Srigading, Kecamatan Labuhan Maringgai Kabupaten Lampung Timur*. Jurnal Ekonomi dan Pendidikan, Volume 7 Nomor 1.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Handoko, Basu Swastha dan Hani. 2011. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPEE.
- Hasibuan, Elfina Putri Nanda. 2010. *Hubungan Antara Gaya Hidup Brand Minded dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri*. Skripsi Diterbitkan. Universitas Sumatera Utara : Medan.
- <https://kbbi.web.id>. 2019. *Definisi kebutuhan dan keinginan*. Diakses 6 Oktober 2019.
- Lia Indriani. 2015. *Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, Dan Jenis Kelamin Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*. Skripsi Diterbitkan. Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta : Yogyakarta.
- Mannan, Abdul. 1997. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. PT. Dana Bhakti Wakap : Jakarta.
- Prabowo, Haris. 2018. *Guru Besar FEB UI : Masalah Utama Masyarakat adalah Konsumerisme*. <https://amp.tirto.id>. Diakses 6 Oktober 2019
- Prima, Benecdita. 2019. *Indonesia Peringkat ke-3 negara dengan konsumen teroptimis di akhir 2018*. <https://amp.kontan.co.id>, diakses 6 Oktober 2019.
- Santrock, John W. 2007. *Perkembangan Anak Jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Sari, Tiurma Yustisi. 2009. *Hubungan Antara Perilaku Konsumtif dengan Body Image pada Remaja Putri*. Skripsi Diterbitkan. Universitas Sumatera Utara : Medan.
- Setianingsih, Sri Astuti. 2018. *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto)*. Skripsi Diterbitkan. Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto : Purwokerto.
- Sihotang, Agustina Erika. 2016. *Hubungan Tingkat Sosial Ekonomi Keluarga Dan Lingkungan Sosial Dengan Sikap Konsumtif Pada Siswa Kelas X Di Sma Bodhisattva Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2015/2016*. Skripsi Diterbitkan. Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung: Bandar Lampung
- Soekanto, Soerjono. 2000. *Sosiologi Suatu Pengantar*. PT Raja Grafindo Persada : Jakarta.
- Sugiyono, (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta. Bandung.

- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia : Bogor.
- Sumarwan, Ujang. 2015. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia : Bogor
- Suprianto. 2015. *Ekonomi Islam : Pendekatan Ekonomi Mikro Islam dan Konvensional*. PT Graha Ilmu : Yogyakarta.
- Suryani, Titik. 2008. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Syani, Abdul. 2014. *Skematikan, Teori, dan Penerapannya*. PT. Bumi Aksara : Jakarta.
- Wawan. 2011. *Teori Pengukuran Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta : Nuha Medika.
- Widodo, Antoni. 2015. *Hubungan Status Sosial Ekonomi Orang Tua dengan Perilaku Konsumtif (Studi Kasus: Mahasiswi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (P.IPS) Universitas islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)*. Skripsi diterbitkan. Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (P.IPS) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas islam Negeri Syarif Hidayatullah : Jakarta.

**KUESIONER****A. PETUNJUK PENGISIAN**

1. Sebelum menjawab, dimohon kepada Responden untuk terlebih dahulu mengisi identitas Responden sesuai dengan urutan isian yang telah disediakan.
2. Bacalah pertanyaan dalam kuesioner ini dengan teliti dan berikan tanda silang (×) atau (√) pada salah satu alternatif jawaban yang menurut Bapak/Ibu anggap benar atau sesuai dengan kenyataan.
3. Dimohon untuk menjawab sesuai dengan pengalaman/pendapat (jujur) anda sendiri tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.
4. Keterangan pengisian kuesioner Tingkat Perekonomian Keluarga (X) :

Pilihan Jawaban	Keterangan	Skor
A	Sangat Tinggi	5
B	Tinggi	4
C	Sedang	3
D	Rendah	2
E	Sangat Rendah	1

5. Keterangan pengisian kuesioner Perilaku Konsumtif (Y) :

Pilihan Jawaban	Keterangan	Skor
SL	Selalu	1
SR	Sering	2
KK	Kadang-Kadang	3
P	Pernah	4
TP	Tidak Pernah	5

**B. IDENTITAS RESPONDEN**

1. Nama : .....
2. Umur (Tahun) : ☐ 32 – 39 ☐ 40 – 47 ☐ 48 – 55 ☐ 56 - 60
3. Jenis Kelamin : ☐ L ☐ P
4. Status Pernikahan : ☐ Belum Menikah ☐ Menikah ☐ Janda/Duda\*\*\*
5. Jumlah Tanggungan\* : ☐ 0 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7
6. Pendidikan Terakhir : ☐ SD ☐ SMP ☐ SMA ☐ D3/S1 ☐ S2/S3
7. Pekerjaan : .....



### **KUESIONER TINGKAT PEREKONOMIAN KELUARGA (X)**

1. Apa pendidikan terakhir anda?  
A. Sarjana                      C. SMA/SMK                      E. SD/MI  
B. Diploma                      D. SMP/MTS
2. Apa pekerjaan Anda?  
A. PNS                      C. Wirausaha                      E. Serabutan  
B. Pegawai Swasta                      D. Petani/Peternak
3. Berapa total pendapatan rumah tangga (suami+istri(jika bekerja)) dan anggota keluarga lain (jika bekerja) di keluarga anda?  
A. Lebih dari Rp. 3.500.000  
B. Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000  
C. Rp. 1.500.001 – Rp. 2.500.000  
D. Kurang dari Rp. 1.500.000  
E. *(pilihan tidak tersedia)*

## KUESIONER PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT (Y)

No.	Indikator dan Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SL (1)	SR (2)	KK (3)	P (4)	TP (5)
<b>Membeli produk karena iming-iming hadiah</b>						
1	Membeli produk dengan potongan harga					
2	Membeli produk dengan hadiah tertentu					
3	Membeli produk yang sedang promo (Beli 2 gratis 1)					
4	Membeli produk untuk mendapatkan undian berhadiah					
<b>Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi</b>						
1	Membeli produk yang membuat penampilan menjadi terlihat keren dan fashionable					
2	Membeli produk yang menarik agar dipuji oleh teman atau tetangga					
3	Membeli produk untuk menyaingi teman atau tetangga					
4	Membeli produk untuk mengikuti tren perkembangan zaman					
<b>Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan Manfaat)</b>						
1	Membeli produk dengan harga yang mahal					
2	membeli produk diluar kemampuan keuangan					
3	Membeli produk keluaran terbaru dengan harga mahal					
4	Membeli produk mahal yang kurang bisa dimanfaatkan					
<b>Muncul penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri</b>						
1	Merasa bangga ketika menggunakan produk mahal					
2	Membeli barang yang mahal daripada barang murah meskipun manfaatnya sama					
3	Membeli produk mahal untuk menaikkan kualitas diri saya					
4	Membeli barang mahal agar dipuji					
<b>Mencoba lebih dari dua produk sejenis</b>						
1	Membeli atau memiliki dua produk sejenis dengan manfaat yang sama (Hp, Motor, dll)					
2	Membeli produk keluaran terbaru meskipun masih memiliki jenis produk yang sama (Hp, Motor, dll)					

3	Membeli lebih dari satu produk sejenis sekedar untuk mencoba dan/atau membandingkan (Kosmetik, pakaian, hp, dll)					
4	Membeli produk sejenis untuk dikoleksi (Sepatu, tas, Hp, dll).					



**UNIVERSITAS SAMAWA SUMBAWA BESAR**  
**FAKULTAS EKONOMI & MANAJEMEN**

Program Studi : Ekonomi Pembangunan, Keuangan Perbankan & Manajemen  
Akreditasi BAN-PT: Nomor : I367/SK/BAN-PT/Akred/S/V/2017, 2220/SK/BAN-PT/Akred/Dpl-III/X/2017 & 204/KPT/I/2017  
Alamat : Jalan By Pass Sering Sumbawa Besar , Phone / Faximile: (0371) 625848

**KARTU BIMBINGAN PROPOSAL DAN SKRIPSI**

NAMA : IDA WATI  
NPM : 16.01.02.0.062-01  
JUDUL PROPOSAL : ANALISIS TINGKAT PEREKONOMIAN KELUARGA  
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT DESA  
JUDUL SKRIPSI : \_\_\_\_\_  
PEMBIMBING I : Dr. I Nyoman Sutama, MM  
PEMBIMBING II : Rosyidah Rahman, SE., MM

**A. BIMBINGAN PROPOSAL**

NO.	TGL./BULAN/TAHUN	MATERI BIMBINGAN	TANDA TANGAN / PARAF	
			PEMBIMBING I	PEMBIMBING II
1	04 Januari 2020	perbaikan Pada Bab I, II, dan III		
2	10 Januari 2020	perbaikan indikator variabel		
3	26 Januari 2020	ADD proposal		
4				
5				

**B. BIMBINGAN SKRIPSI**

NO.	TGL./BULAN/TAHUN	MATERI BIMBINGAN	TANDA TANGAN/PARAF	
			PEMBIMBING I	PEMBIMBING II
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				

MENGETAHUI,  
KAPRODI EKBANG

MAHASISWA,