

PENGARUH *PEER GROUP* DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SISWA SMAN 1 BATANG KUIS

Gia Cinta Saria Manik

Universitas Negeri Medan, Sumatera Utara

e-mail: giacintam.7223341008@mhs.unimed.ac.id

Abstract: *This study aims to analyze the influence of peer group and social media use on the consumptive behavior of students at SMAN 1 Batang Kuis. This research uses a quantitative method with an ex post facto approach. The population consisted of 344 students, with a sample of 185 students taken using proportional random sampling. Data collection was carried out through a questionnaire instrument that has been tested for validity using Aiken's V formula and reliability using Cronbach's Alpha. Data analysis techniques include descriptive analysis, classical assumption tests (normality, linearity, multicollinearity, heteroscedasticity), multiple linear regression analysis, and hypothesis testing (t-test and F-test). The results showed that: (1) the peer group environment has a positive and significant effect on consumptive behavior; (2) the use of social media has a positive and significant effect on consumptive behavior; (3) the peer group environment and the use of social media simultaneously have a positive and significant effect on consumptive behavior. The coefficient of determination (R^2) of 0.302 indicates that both independent variables contribute 30.2% to consumptive behavior, while the remaining 69.8% is influenced by other variables.*

Keywords: *Peer Group; Social Media Use; Consumptive Behavior*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lingkungan teman sebaya (*peer group*) dan penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif siswa SMAN 1 Batang Kuis. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *ex post facto*. Populasi berjumlah 344 siswa, dengan sampel sebanyak 185 siswa yang diambil menggunakan teknik *proportional random sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui instrumen angket yang telah diuji validitasnya menggunakan rumus Aiken's V dan reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha*. Teknik analisis data meliputi analisis deskriptif, uji asumsi klasik (normalitas, linearitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis (uji t dan uji F). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) lingkungan teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif; (2) penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif; (3) lingkungan teman sebaya dan penggunaan media sosial secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,302 mengindikasikan bahwa kedua variabel bebas memberikan kontribusi sebesar 30,2% terhadap perilaku konsumtif, sedangkan sisanya 69,8% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci: Lingkungan Teman Sebaya; Penggunaan Media Sosial; Perilaku Konsumtif

PENDAHULUAN

Kegiatan konsumsi telah menjadi bagian integral dari kehidupan manusia, bahkan sejak usia dini. Seiring perkembangan zaman, kebutuhan

manusia bergeser dari yang bersifat primer ke tersier, di mana konsumsi seringkali ditujukan untuk mencapai kepuasan setinggi-tingginya. Fenomena ini sangat terlihat pada kalangan remaja, yang seringkali melakukan pembelian

bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan keinginan semata, yang dikenal sebagai perilaku konsumtif. Perilaku ini ditandai dengan pembelian barang secara berlebihan, impulsif, dan didorong oleh faktor psikologis serta sosial, seperti keinginan untuk diakui atau mengikuti tren. Hasil observasi awal di SMA Negeri 1 Batang Kuis menunjukkan tingginya perilaku konsumtif siswa, dengan 85,6% siswa merasa puas setelah membeli barang yang diinginkan terlepas dari kebutuhannya.

Dua faktor utama yang diduga kuat mempengaruhi perilaku konsumtif remaja adalah lingkungan teman sebaya dan penggunaan media sosial. Lingkungan teman sebaya menjadi faktor krusial karena pada masa remaja, individu sangat sensitif terhadap pengaruh luar dan cenderung melakukan konformitas agar diterima dalam kelompoknya.

Teori Pembelajaran Sosial dari Bandura (1977) menjelaskan bahwa individu belajar melalui observasi dan peniruan terhadap model di sekitarnya, termasuk teman sebaya. Sementara itu, penggunaan media sosial yang masif di kalangan remaja menciptakan ruang digital yang terus menerus memaparkan mereka pada konten promosi, gaya hidup hedonis, dan perbandingan sosial. Teori Penggunaan dan Gratifikasi (Katz, Blumler & Gurevitch, 1974) menyatakan bahwa pengguna aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan, seperti informasi dan hiburan, yang pada akhirnya dapat memicu pembelian impulsif. Studi pendahuluan menunjukkan 81% siswa menghabiskan lebih dari 3 jam per hari di media sosial, dan 86,5% menggunakannya untuk mencari referensi produk sebelum membeli.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kedua variabel tersebut, baik secara parsial maupun simultan, terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 1 Batang Kuis.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis *ex post facto*, yang bertujuan untuk meneliti pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat tanpa melakukan manipulasi langsung. Penelitian dilaksanakan di SMA Negeri 1 Batang Kuis pada semester genap Tahun Ajaran 2025/2026. Populasi penelitian adalah seluruh siswa kelas XI yang berjumlah 344 siswa. Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan batas toleransi kesalahan 5%, menghasilkan 185 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *proportional random sampling* untuk memastikan proporsi setiap kelas terwakili.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas yaitu Lingkungan Teman Sebaya (X1) dan Penggunaan Media Sosial (X2), serta satu variabel terikat (dependen) yaitu Perilaku Konsumtif (Y). Data dikumpulkan melalui kuesioner (angket) model skala Likert dengan empat pilihan jawaban (SS=4, S=3, TS=2, STS=1). Instrumen penelitian diuji validitas isinya (*content validity*) menggunakan rumus Aiken's V yang melibatkan dua orang validator ahli, dan hasilnya menunjukkan seluruh item valid dengan nilai $V > 0,8$. Uji reliabilitas menggunakan rumus Cronbach's Alpha menghasilkan nilai 0,668 untuk variabel X1, 0,699 untuk X2, dan 0,606 untuk Y, yang semuanya melebihi batas minimal 0,60, sehingga instrumen dinyatakan reliabel.

Analisis data dilakukan dalam beberapa tahap. Pertama, analisis deskriptif untuk menggambarkan kecenderungan skor masing-masing variabel. Kedua, uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov), uji linearitas, uji multikolinearitas (VIF), dan uji heteroskedastisitas (Glejser). Ketiga, analisis regresi linear berganda untuk mengukur pengaruh antar variabel. Keempat, uji hipotesis secara parsial (uji t) dan simultan (uji F) dengan taraf signifikansi 0,05, serta uji koefisien determinasi (R^2). Seluruh perhitungan

statistik dibantu dengan perangkat lunak SPSS versi 27.

Tabel 1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Jumlah Item	Sumber
Lingkungan Teman Sebaya (X1)	Interaksi sosial, kebiasaan teman sebaya, keinginan meniru, solidaritas, pengetahuan baru, dorongan teman	18	Winaryo (2018)
Penggunaan Media Sosial (X2)	Frekuensi penggunaan, tipe konten, motif informasi, motif hiburan, motif interaksi sosial & personal branding	17	Katz, Blumler & Gurevitch (1974)
Perilaku Konsumtif (Y)	Membeli karena hadiah kemasan, gengsi, harga, simbol status, konformitas model, kepercayaan diri	16	Sumartono (2002)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata skor untuk variabel Lingkungan Teman Sebaya (X1) adalah 3,48, Penggunaan Media Sosial (X2) adalah 3,48, dan Perilaku Konsumtif (Y) adalah 3,45. Ketiganya termasuk dalam kategori “Sangat Baik” berdasarkan kriteria skala penilaian, yang mengindikasikan bahwa tingkat lingkungan teman sebaya, penggunaan media sosial, dan perilaku konsumtif di kalangan siswa tergolong tinggi.

Sebelum melakukan uji hipotesis, seluruh uji asumsi klasik terpenuhi. Hasil uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi $0,757 > 0,05$, yang berarti data berdistribusi normal. Uji linearitas menunjukkan nilai *Deviation from Linearity* sebesar 0,132 (X1 dengan Y) dan 0,081 (X2 dengan Y), keduanya $> 0,05$ sehingga hubungan antar variabel bersifat linear. Uji multikolinearitas menunjukkan nilai Tolerance ($0,607 > 0,1$) dan VIF ($1,647 < 10$), artinya tidak terjadi multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas dengan uji Glejser menunjukkan nilai signifikansi X1 ($0,635$) dan X2 ($0,476$) $> 0,05$, sehingga model regresi bebas dari heteroskedastisitas. Dari pernyataan ini maka dapat digambarkan seperti tabel 2 :

Tabel 2 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji	Variabel	Nilai	Ket
Normalitas (K-S)	Residual	$0,757 > 0,05$	Normalitas
Linearitas	$X1 \rightarrow Y$	$0,132 > 0,05$	Linear
Linearitas	$X2 \rightarrow Y$	$0,081 > 0,05$	Linear
Multikolinearitas	X1 (VIF)	$1,647 < 10$	Tidak Terjadi
Multikolinearitas	X2 (VIF)	$1,647 < 10$	Tidak Terjadi
Heteroskedastisitas	X1	$0,635 > 0,05$	Tidak Terjadi
Heteroskedastisitas	X2	$0,476 > 0,05$	Tidak Terjadi

Hasil analisis regresi linear berganda menghasilkan persamaan: $Y = 23,409 + 0,234X1 + 0,291X2 + e$. Koefisien regresi positif pada kedua variabel bebas mengindikasikan bahwa peningkatan pada lingkungan teman

sebaya dan penggunaan media sosial akan diikuti oleh peningkatan perilaku konsumtif siswa.

Tabel 3 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji t

Variabel	Koefisien B	t _{hitung}	t _{tabel}
Konstanta	23,409	6,468	-
Lingkungan Teman Sebaya (X1)	0,234	3,423	1,653
Penggunaan Media Sosial (X2)	0,291	4,228	1,653

Berdasarkan Tabel 2, terlihat bahwa hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel Lingkungan Teman Sebaya (X1) memiliki nilai $t_{hitung} (3,423) > t_{tabel} (1,653)$ dengan nilai signifikansi $(0,000) < 0,05$, sehingga H_a diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini sejalan dengan Teori Pembelajaran Sosial Bandura yang menyatakan bahwa individu meniru perilaku lingkungannya, serta didukung oleh penelitian Sapna et al. (2025) dan Lisa (2024) yang menemukan pengaruh serupa. Siswa cenderung mengikuti tren, rekomendasi, dan ajakan teman sebaya untuk berbelanja sebagai bentuk konformitas dan pencarian penerimaan sosial.

Hasil uji t untuk variabel Penggunaan Media Sosial (X2) menunjukkan nilai $t_{hitung} (4,228) > t_{tabel} (1,653)$ dengan nilai signifikansi $(0,001) < 0,05$, sehingga H_a diterima. Artinya, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini memperkuat Teori Penggunaan dan Gratifikasi di mana motif informasi dan hiburan mendorong remaja untuk terus terpapar konten komersial, yang pada akhirnya memicu pembelian impulsif. Hasil ini juga konsisten dengan penelitian Valkenburg & Peter (2007) dan Lisa (2024) yang menyatakan bahwa intensitas penggunaan media sosial berkorelasi dengan peningkatan perilaku konsumtif, terutama pada produk fashion dan gaya hidup.

Tabel 4 Hasil Uji Simultan (Uji F) dan

Koefisien Determinasi

Model	F _{hitung}	F _{tabel}	Sig.	R
Regresi	39,311	3,05	<0,001	0,549

Berdasarkan Tabel 4, terlihat bahwa hasil uji hipotesis secara simultan (uji F) menunjukkan nilai $F_{hitung} (39,311) > F_{tabel} (3,05)$ dengan nilai signifikansi $(0,000) < 0,05$, sehingga H_a diterima. Ini membuktikan bahwa lingkungan teman sebaya dan penggunaan media sosial secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa. Nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh adalah sebesar 0,302. Hal ini berarti bahwa 30,2% variasi perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh kedua variabel bebas dalam model, sedangkan sisanya 69,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini seperti literasi keuangan, kontrol diri, gaya hidup hedonis, atau pendapatan orang tua.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa: (1) Lingkungan teman sebaya (*peer group*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 1 Batang Kuis Tahun Ajaran 2025/2026. Semakin kuat tekanan konformitas dan interaksi dengan teman sebaya, semakin tinggi kecenderungan perilaku konsumtif siswa. (2) Penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa. Semakin tinggi durasi, frekuensi, dan keterlibatan aktif siswa dalam media sosial, semakin besar pula kecenderungan mereka berperilaku konsumtif. (3) Lingkungan teman sebaya dan penggunaan media sosial secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa. Kontribusi kedua variabel tersebut terhadap perilaku konsumtif adalah sebesar 30,2%, sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini

memperkaya pemahaman bahwa perilaku konsumtif remaja merupakan hasil interaksi kompleks antara pengaruh sosial langsung dari lingkungan pertemanan dan paparan konten digital yang masif dari media sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Charles Fransiscus Ambarita selaku dosen pembimbing penelitian ini, kepada Ibu Deni Adriani dan Ibu Revita Yuni selaku validator instrumen penelitian. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Kepala Sekolah, guru, serta seluruh siswa kelas XI SMA Negeri 1 Batang Kuis yang telah berpartisipasi dan memfasilitasi pengambilan data. Penelitian ini merupakan bagian dari skripsi penulis yang dibiayai dan didukung dengan bantuan dari orang tua penulis. Dengan *support* dari keluarga satu pelayanan *Divine Generation Youth*.

DAFTAR PUSTAKA

Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Prentice-Hall.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM*

SPSS 23. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of Mass Communication by the Individual. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Sage Publications.
- Lisa, N. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Peer Group Terhadap Perilaku Konsumtif Produk Fashion Pada Remaja Muslim Di Kota Kediri. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8(1), 45–60.
- Sapna, A., dkk. (2025). Pengaruh Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas IX MTs Miftahul Huda Bekasi. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 7(1).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan*. Alfabeta.
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2007). Preadolescents' and Adolescents' Online Communication and Their Closeness to Friends. *Developmental Psychology*, 43(2), 267-277.
- Winaryo, P. (2018). Indikator Lingkungan Teman Sebaya dalam Penelitian Sosial. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 6(2), 75-88.