

ABSTRAK

**ANALISIS KOMPARASI PERILAKU KONSUMSI
SISWA-SISWI SMA NEGERI 6 YOGYAKARTA DITINJAU DARI
STATUS SOSIAL EKONOMI ORANG TUA, PENGARUH KELOMPOK
REFERENSI, DAN MOTIVASI BERBELANJA**

Dwi Handayani
Universitas Sanata Dharma
2014

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan perilaku konsumsi siswa-siswi SMA Negeri 6 Yogyakarta ditinjau dari status sosial ekonomi orang tua, pengaruh kelompok referensi, dan motivasi berbelanja.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian komparatif yang dilaksanakan di SMA Negeri 6 Yogyakarta pada bulan Juni 2014. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh siswa-siswi kelas X dan XI SMA Negeri 6 Yogyakarta dengan jumlah 514 orang pada tahun ajaran 2013/2014. Pengambilan sampel dilakukan secara *proportionate stratified random sampling* sebanyak 80 siswa. Data dikumpulkan dengan alat bantu kuesioner. Uji instrument berupa uji validitas dan reliabilitas yang digunakan pada variabel pengaruh kelompok referensi, motivasi berbelanja, dan perilaku konsumsi. Teknik analisis data menggunakan *one way anova*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) terdapat perbedaan perilaku konsumsi siswa-siswi SMA Negeri 6 Yogyakarta ditinjau dari status sosial ekonomi orang tua (nilai sig. $0,007 < \alpha = 0,05$), dimana status sosial ekonomi orang tua tinggi menjadikan perilaku konsumsi siswa pada kategori kurang rasional, sedangkan status sosial ekonomi orang tua rendah menjadikan perilaku konsumsi siswa berada dalam kategori rasional. (2) terdapat perbedaan perilaku konsumsi siswa-siswi SMA Negeri 6 Yogyakarta ditinjau dari pengaruh kelompok referensi (nilai sig. $0,012 < \alpha = 0,05$), dimana pengaruh kelompok referensi yang tinggi menjadikan perilaku konsumsi siswa pada kategori kurang rasional, sedangkan pengaruh kelompok referensi yang rendah menjadikan perilaku konsumsi siswa pada kategori rasional, dan (3) tidak terdapat perbedaan perilaku konsumsi siswa-siswi SMA Negeri 6 Yogyakarta ditinjau dari motivasi berbelanja (nilai sig. $0,718 > \alpha = 0,05$), dimana siswa memiliki perilaku konsumsi yang sama, meskipun siswa memiliki motivasi berbelanja yang berbeda. Hal ini tidak akan mempengaruhi perilaku konsumsi siswa.

Kata Kunci: Perilaku konsumsi, status sosial ekonomi orang tua, pengaruh kelompok referensi, motivasi berbelanja

ABSTRACT

COMPARATIVE ANALYSIS OF CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF SIX STATE SENIOR HIGH SCHOOL YOGYAKARTA PERCEIVED FROM SOSIAL ECONOMIC STATUS OF PARENTS, INFLUENCE OF REFERENCE GROUP, AND SHOPPING MOTIVATIONS

Dwi Handayani
Sanata Dharma University
2014

The purpose of this research is to find out the differences in consumption behavior of Six State Senior High School Yogyakarta perceived from social economic status of parents, influence of reference group, and shopping motivations.

This research is a comparative research that was conducted in Six State Senior High School Yogyakarta in June, 2014. The population of this study are 514 students of the tenth grade and the eleventh grade 2013/2014 academic year. The samples were 80 students taken by a proportionate stratified random sampling. The data were gathered by questionnaire. Instrument test, namely validity and reliability were applied at variable influence of reference group, motivation to shop, and consumption behavior. The technique of analysing the data was one way anova.

The results show that: (1) there is a difference in consumption behavior of Six State Senior High School Yogyakarta in terms of social economic status of parents (the sig. $0,007 < \alpha = 0,05$). The higher social economic status of parents makes consumption behavior of students less rational whereas, the lower social economic status of parents makes the behavior of students rational. (2) there is a difference in consumption behavior of Six State Senior High School Yogyakarta perceived from influence of reference group (the sig. $0,012 < \alpha = 0,05$). The influence of the stonger reference group makes the consumption behavior of students less rational, while the influence of reference groups makes consumption behavior of students rational, and (3) there is no difference in consumption behavior of Six State Senior High School Yogyakarta perceived from shopping motivations (the sig. $0,718 > \alpha = 0,05$). Students have the same consumption behavior although the students have different shopping motivations. This will not affect the consumption behavior of students.

Key words: Behavior consumption, social economic status of parents, influence of reference group, and shopping motivations