

## Deskripsi Perilaku Konsumtif Siswa Kelas IX SMP Negeri 3 Gorontalo

Eka Prasetya Wati<sup>1</sup>, Tuti Wantu<sup>2</sup>, Sukma Nurilawati Botutihe<sup>3</sup>

Jurusan Bimbingan Dan Konseling, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia

Email : [prasetyaeka0702@gmail.com](mailto:prasetyaeka0702@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif yang mendeskripsikan perilaku konsumtif siswa kelas IX di SMP Negeri 3 Kota Gorontalo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumtif siswa kelas IX di SMP Negeri 3 Kota Gorontalo yang berjumlah 150 siswa sedangkan pengambilan sampel penelitian dengan teknik *random sampling* berjumlah 60 siswa. Berdasarkan hasil penelitian yang dianalisis dengan analisis persentase menunjukkan bahwa dari perilaku konsumtif siswa diperoleh hasil sebagai berikut: membeli barang karena hadiah yang menarik (65,25%), membeli produk karena kemasan menarik (78,12%), membeli produk untuk menjaga penampilan diri dan gengsi (70,96%), membeli produk karena potongan harga (81,17%), membeli barang untuk menjaga status sosial (80,06%), unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk (75,9%), menimbulkan rasa percaya diri tinggi (83,34%), dan membeli barang dari dua barang sejenis dengan *merk* yang berbeda (89,52%). Hal ini menunjukkan bahwa Perilaku Konsumtif Kelas IX SMP Negeri 3 Gorontalo termasuk pada kategori tinggi.

**Kata kunci:** Deskripsi, Perilaku Konsumtif, Siswa

### Abstract

This quantitative descriptive study elaborates consumptive behavior of ninth grade students at SMP 3 State Junior High School in Gorontalo, with the purpose of examining said behavior in 150 students by using random sampling to obtain 60 students as samples. Based on the findings analyzed by percentage from the students' consumptive behavior revealed the tendencies to buy items are as follows: additional attractive merchandise (65,25%), attractive packaging (78,12%), maintain self-appearance and prestigiousness (70,96%), discount (81,17%), social status (80,06%), conformity to the endorser (75,9%), establishment of great confidence (83,34%), and having two similar items with different brands (89,52%). This reveals the consumptive behavior to be in high category.

**Keywords:** Description, Consumptive Behavior, Students.

This is an open access article distributed under CC BY-SA 4.0  
Attribution License, provided the original work is properly cited.  
©2021 by Eka Prasetya Wati, Tuti Wantu, Sukma Nurilawati  
Botutihe

## PENDAHULUAN

Kebutuhan merupakan suatu yang harus dipenuhi dalam berkehidupan, dilihat dari skala prioritasnya. Kebutuhan memiliki tiga tingkatan dalam pemenuhannya dimana kebutuhan primer merupakan kebutuhan mendasar (sandang, pangan, papan), selanjutnya kebutuhan sekunder (TV, sepeda, motor) kemudian kebutuhan tersier yang bersifat mewah (hiburan, barang mewah).

### **Deskripsi Perilaku Konsumtif Siswa Kelas IX SMP Negeri 3 Gorontalo**

- Eka Prasetya wati, Tuti Wantu, Sukma Nurilawati Botutihe

Salah satu kebiasaan yang bermasalah yang kini menjadi kebudayaan masyarakat adalah perilaku konsumtif, perilaku yang lebih mementingkan segala sesuatu serba instan dan berlebihan atas dasar suka semata dan telah menggerogoti kehidupan masyarakat. Lubis (1987) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan dan telah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi, dimana masyarakat yang membeli barang-barang yang belum tentu digunakan dan bermanfaat bagi dirinya, gejala-gejala ini mengindikasikan adanya kecenderungan perilaku konsumtif.

Majunya pembangunan Nasional Indonesia diikuti dengan adanya tuntutan yang kompleks dalam masyarakat dapat membuat daya beli masyarakat menjadi lebih besar. masyarakat dapat menjadi konsumtif karena terhipnotis oleh tuntutan pada era sekarang, terutama remaja yang dalam berbagai konteks dikenal sebagai generasi Y atau generasi milenial. Menurut Howe dan Strauss (2000) dikutip oleh putra Y.S (2016) bahwa suatu generasi disesuaikan dengan adanya kesamaan rentang waktu kelahiran dan kesamaan kejadian-kejadian yang dialami seperti merasakan adanya resesi ekonomi dan lainnya. Menurutnya juga bahwa generasi Y adalah yang memilki tahun kelahiran 1982 sampai 2000.

Generasi Y dikenal sebagai generasi yang tumbuh pada era internet booming dan sering menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, SMS, instan messaging dan media sosial (Lyons, 2004). Kebiasaan yang ada dalam generasi Y seiring berjalannya waktu membuat mereka seakan hidup dalam kemewahan dan berlebihan. Generasi Y lahir dan hidup dengan perkembangan teknologi yang pesat, mereka menggunakan internet untuk melakukan segala jenis transaksi, dari transportasi, membeli makanan, jalan-jalan, hingga berbelanja pakaian untuk kebutuhan sehari-hari. Akhirnya terbentuklah gaya hidup baru yang dianut oleh generasi Y. Seseorang mengonsumsi sesuatu karena mengikuti trend dan tidak mau ketinggalan zaman, perilaku konsumtif membawa seseorang menginginkan sesuatu berdasarkan nafsu atau ingin membeli bukan karena kebutuhan atau kegunaan, tetapi karena prestis dimana seseorang mengonsumsi karena rasa gengsi atau martabat, berdasarkan fenomena bahwa contoh perilaku konsumtif yang banyak terjadi di masyarakat khususnya ibu rumah tangga yang termasuk salah satu konsumen yang sering mengunjungi pusat-pusat perbelanjaan atau mall. diantaranya membeli barang mewah seperti tas berbagai macam merk, mengikuti mode, tergiur dengan potongan-potongan harga. Realitas yang terjadi pada masyarakat kebiasaan belanja dengan perilaku konsumtif dilakukan masyarakat untuk menunjukan bahwa mereka dapat mengikuti mode yang sedang beredar dan berkembang.

Menurut Howe dan Strauss (2000) dikutip oleh putra Y.S (2016) bahwa suatu generasi disesuaikan dengan adanya kesamaan rentang waktu kelahiran dan kesamaan kejadian-kejadian yang dialami seperti merasakan adanya resesi ekonomi dan lainnya. Menurutnya juga bahwa generasi Y adalah yang memilki tahun kelahiran 1982 sampai 2000. Generasi Y dikenal sebagai generasi yang tumbuh pada era internet booming dan sering menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, SMS, instan messaging dan media sosial (Lyons, 2004).

Menurut Sembiring (2008) menjelaskan bahwa orang yang konsumtif dapat dikatakan tidak lagi mempertimbangkan fungsi dan kegunaan ketika membeli barang, melainkan mempertimbangkan prestise yang melekat pada barang itu. Menurut Jatman yang dikutip Yustisi (2009) mengatakan bahwa remaja sebagai salah satu golongan dalam masyarakat, tidak terlepas dari pengaruh perilaku konsumtif, sehingga remaja menjadi sasaran berbagai produk perusahaan. Monk, dkk, (2002) mengatakan bahwa remaja adalah seseorang yang

### **Deskripsi Perilaku Konsumtif Siswa Kelas IX SMP Negeri 3 Gorontalo**

- Eka Prasetya wati, Tuti Wantu, Sukma Nurilawati Botutihe

berada pada rentang usia 12-21 tahun dengan pembagian menjadi tiga masa, yaitu masa remaja awal 12-15 tahun, masa remaja tengah 15-18 tahun, dan masa remaja akhir 18-21 tahun. Perilaku konsumtif pada remaja antara 12-18 tahun dapat terjadi karena pada saat tersebut remaja berada dalam tahapan usia yang merupakan masa peralihan dan pencarian identitas. Seharusnya pada usia tersebut siswa dapat menyesuaikan kebutuhannya. Kebutuhan yang dapat menunjang prestasi mereka dalam kegiatan belajar (seperti membeli buku pelajaran, peralatan sekolah, dll). Namun sering kali remaja yang bersekolah mengalami perubahan lingkungan, dari lingkungan keluarga di rumah beralih ke lingkungan sekolah yang sedikit banyak memberikan pengaruh kepada siswa. Dan pada akhirnya gaya hidup siswa disekolah memicu siswa berperilaku konsumtif. Siswa cenderung melakukan pembelian secara berlebihan tanpa memperhatikan kebutuhannya agar bisa diterima oleh lingkungannya, menaikkan gengsi, prestise dan untuk tampil beda dari lingkungannya.

Sehubungan dengan hal tersebut remaja pada masa ini memulai pilihan aktivitasnya, seperti mulai memilih teman, model rambut, pakaian serta gaya hidup yang mengikuti perkembangan jaman Solomon (2002). Dampak sosial dari perilaku konsumtif adalah dapat menciptakan kesenjangan antar sesama. selain itu, siswa juga dapat menarik diri dan tidak ingin bergaul dengan teman sekelompoknya karena merasa tidak dapat memenuhi gaya hidup seperti temannya (Riska, 2016). Kelompok teman sebaya sebagai kelompok yang lebih memberikan pengaruh dalam memilih cara berpakaian, hobi, perkumpulan dan kegiatan-kegiatan sosial lainnya. Karena terkadang remaja membeli sesuatu bukan karena kebutuhan tapi karena pendapat orang lain sangat penting bagi dirinya dan ia ingin tampil menarik seperti teman-temannya

Menurut Sumartono (2002) (dalam Pramudito Aditya, 2017) Perilaku konsumtif merupakan tindakan seorang membeli suatu barang tanpa adanya pertimbangan yang masuk akal dimana seorang tersebut dalam membeli suatu barang tidak didasarkan pada faktor kebutuhan. Sama halnya yang dikemukakan oleh Acok (1995) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif seseorang ialah perilaku yang tidak lagi membeli barang yang benar-benar dibutuhkan, tetapi membeli barang hanya semata-mata untuk membeli dan mencoba produk, walau sebenarnya tidak memerlukan produk tersebut.

Berdasarkan Teori perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh sumartono (2002) yang menjelaskan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan untuk membeli suatu barang dengan mengutamakan faktor keinginan (*want*) daripada faktor kebutuhan (*need*). terdapat dua factor yang mempengaruhi keputusan membeli seseorang dan bagaimana individu memutuskan untuk berperilaku konsumtif, antara lain factor internal dan factor eksternal, factor eksternal berhubungan dengan kebudayaan, keluarga, kelompok sosial, referensi dan kelas sosial. Sedangkan factor internal terdiri dari motivasi, pengamatan, proses belajar, kepribadian dan konsep diri.

Sabirin (2005) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai suatu keinginan seseorang dalam mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang dibutuhkan secara berlebihan hanya untuk mencapai kepuasan maksimal. Sependapat dengan pengertian tersebut, menurut Rosandi (dalam Yuniarti, 2015) perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak didasarkan pertimbangan yang rasional, tetapi karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi.

Mowen dan minor (2002) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif yang terjadi pada individu disebabkan karena bertindak secara emosional tanpa didasarkan lagi dengan perencanaan dan melihat kebutuhan tetapi hanya karena memenuhi suatu pemuasan, dalam

### **Deskripsi Perilaku Konsumtif Siswa Kelas IX SMP Negeri 3 Gorontalo**

- Eka Prasetya wati, Tuti Wantu, Sukma Nurilawati Botutihe

memenuhi suatu keinginan yang dianggap menarik, kemudian pembelanjaan dilakukan dengan tidak mempertimbangkan lagi sisi keuangan.

Menurut Tambunan (2001) perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Konsumsi juga biasanya digunakan untuk menunjukkan perilaku masyarakat yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang merupakan kebutuhan pokok. Menurut Kotler (1997) bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan untuk mengonsumsi produk karena adanya perasaan ingin memiliki sesuatu benda yang berupa barang atau jasa, namun bukan berdasarkan kebutuhan akan tetapi karena keinginan untuk menggunakan atau membeli sesuatu dengan hanya memenuhi hasrat kesenangan semata tanpa dapat membedakan antara kebutuhan, keinginan ataupun permintaan.

James F. Angel (2002) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu tindakan secara langsung individu terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang maupun jasa termasuk saat pengambilan keputusan yang mendasari tindakan tersebut. Berdasarkan pendapat-pendapat yang dikemukakan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku konsumen yang bertindak secara emosional tanpa didasari perencanaan dan kebutuhan melainkan hanya karena suatu pemuasan, pemenuhan keinginan akan suatu barang yang menarik. Perilaku konsumtif dikendalikan oleh keinginan untuk memenuhi kebutuhan duniawi, perilaku konsumtif menyebabkan seseorang tidak merasa puas, tanpa peduli bagaimana cara mendapatkannya.

Berdasarkan observasi atau pengamatan yang dilakukan oleh peneliti pada saat ini yang cenderung menunjukkan adanya gejala atau tanda-tanda perilaku konsumtif pada remaja SMP Negeri 3 Gorontalo dapat terlihat dari memakai barang yang bermerek, mencoba berbagai gaya rambut yang sedang trend dan mencukurnya di salon yang mahal dan tentunya mengeluarkan biaya yang mahal, sering kali pergi ke kantin untuk berbelanja walau bukan jam istirahat, pergi ke tempat penyewaan game saat pelajaran sedang berlangsung, membeli kuota internet demi untuk bermain game. Maka hal tersebut harus segera diatasi karena perilaku konsumtif akan merugikan dan mengakibatkan masalah bagi diri siswa. Maka dalam hal ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Deskripsi perilaku konsumtif Siswa kelas IX SMP Negeri 3 Gorontalo”.

### **METODE**

Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yaitu suatu metode yang menggambarkan tentang “Deskripsi Perilaku Konsumtif Kelas IX SMP Negeri 3 Gorontalo”. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas IX di SMP Negeri 3 Gorontalo dengan jumlah seluruh 150 siswa. Anggota sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *random sampling*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 siswa. Penggunaan data dalam penelitian ini menggunakan angket.

Uji validitas dilakukan untuk mengukur pernyataan yang ada dalam instrument atau pernyataan dianggap sah jika pernyataan tersebut mampu mengungkap apa yang ingin diukur. Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing pertanyaan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel dan dapat memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi. Dalam penelitian ini.

Berdasarkan pengujian validitas yang telah dilaksanakan pada hari Jumat tanggal 28 Oktober 2021 terhadap 32 siswa kelas IX MTs Al-Maktab Wonosari Kabupaten Boalemo

### **Deskripsi Perilaku Konsumtif Siswa Kelas IX SMP Negeri 3 Gorontalo**

- Eka Prasetya wati, Tuti Wantu, Sukma Nurilawati Botutihe

diperoleh hasil yaitu ada 53 item pernyataan yang valid dari 56 pernyataan yang telah diuji cobakan. Item-item yang dinyatakan valid tersebut yaitu nomor: 1, 2, 3, 4,5, 6, 8, 10,11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 50, 51, 53, 54, 55, 56. Sedangkan yang tidak valid adalah nomor: 7, 9, 52.

### **HASIL TEMUAN**

Penelitian ini dilaksanakan pada salah satu lembaga pendidikan yang berada di Kota Gorontalo Provinsi Gorontalo, yaitu di SMP Negeri 3 Gorontalo. Data yang dikumpulkan selanjutnya dianalisis dengan menggunakan teknik analisis persentase, analisis dilakukan dengan melihat sebar angket dari seluruh responden.

**Table kategori nilai persentase.**

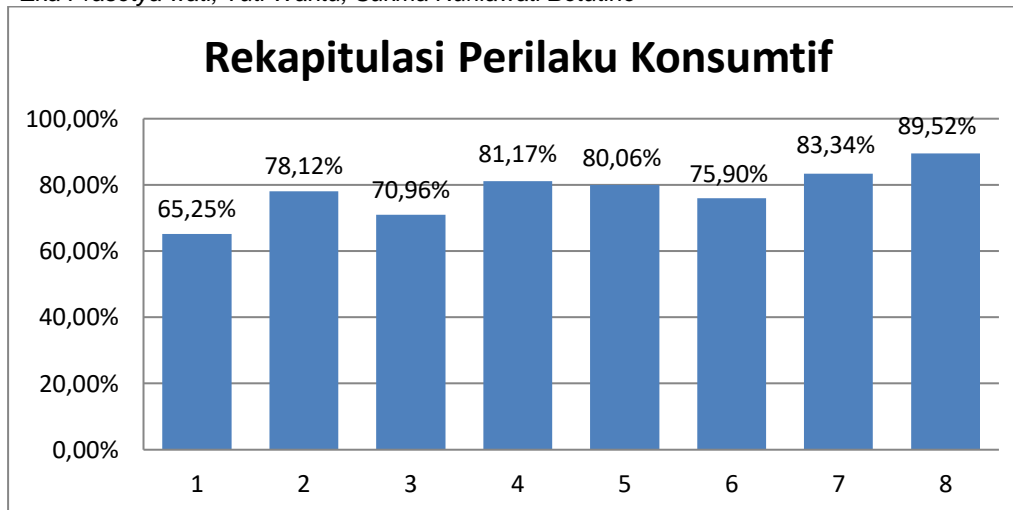
<b>Rentang nilai %</b>	<b>Kategori</b>
76-100	Tinggi
55-75	Sedang
<55	Rendah

(Arikunto,2010)

Berikut tabel rekapitulasi perilaku konsumtif siswa Kelas IX SMP Negeri 3 Gorontalo sebagai berikut:

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Persentase Indikator</b>
Perilaku Konsumtif	1) Membeli barang karena hadiah yang menarik	65,25%
	2) Membeli produk karena kemasan menarik	78,12%
	3) Membeli produk untuk menjaga penampilan diri dan gengsi	70,96 %
	4) Membeli produk karena potongan harga	81,17 %
	5) Membeli barang untuk menjaga status sosial	80,06%
	6) Unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk	75,9%
	7) Menimbulkan rasa percaya diri tinggi	83,34%
	8) Membeli barang dari dua barang sejenis dengan <i>merk</i> yang berbeda	89,52%
<b>Jumlah Rata-rata</b>		<b>78,04%</b>

Perolehan data rekapitulasi perilaku konsumtif siswa Kelas IX SMP Negeri 3 Gorontalo dijabarkan pada diagram berikut;



## PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data di atas yang menggambarkan deskripsi perilaku konsumtif siswa Kelas IX SMP Negeri 3 Gorontalo bahwa indikator membeli barang karena hadiah yang menarik memperoleh persentase sebesar 65,25% dengan kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa, dalam membeli suatu barang konsumen lebih melihat berdasarkan adanya hadiah yang menarik. Menurut Sembiring (dalam Fitriyani, Widodo, dan Fauziah, 2017:56) memperjelas bahwa orang yang konsumtif dapat dikatakan tidak lagi mempertimbangkan fungsi dan kegunaan ketika membeli barang, melainkan lebih mendahulukan prestise yang melekat pada barang itu artinya lebih mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan serta tidak ada skala prioritas atau dapat di artikan sebagai gaya hidup yang mewah.

Indikator membeli produk karena kemasan menarik memperoleh nilai presentase sebesar 78,12% dengan kategori Tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sangat mudah terbujuik untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna menarik. Menurut Komalasari (dalam Resmi dan Wismiarsi, 2015:5), menemukan hal bahwa kemasan berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Indikator membeli produk untuk menjaga penampilan diri dan gengsi memperoleh nilai persentase sebesar 70,96% dengan kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen atau siswa yang mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdandan, dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Menurut Schiffman dan Kanuk (Pradipta dan Kustanti, 2021:168), menjelaskan bahwa ketika konsumen membeli suatu barang mereka akan dipengaruhi oleh hal-hal yang bersifat pribadi atau subjektif seperti harga diri, perasaan, dan status sosialnya.

Indikator membeli produk karena potongan harga. Dalam perilaku konsumtif memperoleh nilai persentase sebesar 81,17% dengan kategori tinggi. Menurut Simamora (2018:265) “ mengemukakan bahwa potongan harga adalah potongan tunai yang ditawarkan untuk diberikan kepada para konsumen yang akan membeli produk yang kita tawarkan.

Indikator kelima yakni membeli barang untuk menjaga status sosial memperoleh nilai persentase sebesar 80,06% dengan kategori tinggi. Menurut Fromm (Mardiah, 2017:95-96), menjelaskan bahwa keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modern untuk

### **Deskripsi Perilaku Konsumtif Siswa Kelas IX SMP Negeri 3 Gorontalo**

- Eka Prasetya wati, Tuti Wantu, Sukma Nurilawati Botutihe

mengonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya.

Indikator keenam unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk dan memperoleh nilai persentase sebesar 75,9% dengan kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa siswa SMP dalam membeli barang tidak dilihat dari kegunaan melainkan memakai produk hanya karena unsur konformitas terhadap suatu model yang mengiklankan. Menurut Emia (Subagyo dan Dwiridotjahjono, 2021:37) yang menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan iklan terhadap perilaku konsumtif. Jadi dalam hal ini setiap barang yang di tampilkan secara iklan guna menarik perhatian pelanggan yang memiliki tingkat pengaruh terhadap siswa dalam berperilaku konsumtif.

Indikator ketujuh menimbulkan rasa percaya diri tinggi memperoleh nilai persentase sebesar 83,34% dengan kategori tinggi. Dalam perilaku konsumtif rasa percaya diri disebabkan karena remaja ingin selalu tampil trend dan membeli apa yang diinginkannya tanpa peduli dengan banyaknya uang yang harus dikeluarkan, mereka akan terus meminta kepada orang tua bagaimanapun caranya tanpa peduli etika lagi. Menurut Perry (Saputra dan Prasetiawan, 2018:14) menjelaskan bahwa kepercayaan diri memberikan kemampuan individu untuk mengatasi tantangan baru, meyakini diri sendiri dalam situasi sulit, melewati batasan yang menghambat, menyelesaikan hal yang belum pernah dilakukan, mengeluarkan perasaan untuk tampil dengan baik, dan tidak mengkhawatirkan kegagalan.

Indikator terakhir membeli barang dari dua barang sejenis dengan *merk* yang berbeda memperoleh nilai persentase sebesar 89,52% dengan kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen atau siswa akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari produk sebelum ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya. Menurut Kotler (Iranita, 2020:185) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian secara keseluruhan perilaku konsumtif siswa kelas IX SMP Negeri 3 Kota Gorontalo memiliki persentase sebesar 78,04% yang berarti berada pada kategori Tinggi.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif siswa Kelas IX SMP Negeri 3 Gorontalo yang di ukur dari 8 indikator, yaitu (1) Indikator membeli barang karena hadiah yang menarik 65,25% (Kategori sedang), (2) Indikator membeli produk karena kemasan menarik 78,12% (Kategori Tinggi), (3) Indikator membeli produk untuk menjaga penampilan diri dan gengsi 70,96% (Kategori sedang), (4) Indikator membeli produk karena potongan harga 81,17% (Kategori tinggi), (5) Indikator membeli barang untuk menjaga status sosial 80,06% (kategori tinggi), (6) Indikator unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk sosial 75,9% (kategori sedang), (7) Indikator menimbulkan rasa percaya diri tinggi 83,34% (kategori tinggi), dan (8) Indikator membeli barang dari dua barang sejenis dengan *merk* yang berbeda 89,52% (kategori tinggi). Secara keseluruhan perilaku konsumtif siswa Kelas IX SMP Negeri 3 Gorontalo diperoleh persentase sebesar 78,04% (kategori Tinggi).

**DAFTAR PUSTAKA**

- Aditya, Pramudito (2017) *"Hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif produk kuliner pada remaja di Yogyakarta"*. Diss. Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Jurnal Psikologi udayana
- Astuti, Endang Dwi. (2013) *"Perilaku konsumtif dalam membeli barang pada ibu rumah tangga di kota samarinda."* Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi 1.2
- Aryati, Agnes, Nuraini Nuraini, and Okkiana Okkiana. *"Pengaruh kepercayaan diri dan konformitas remaja terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI DI SMK."* Jurnal pendidikan dan pembelajaran khatulistiwa 7.10.
- Adzkiya, Annisa (Skripsi, 2018) *"Analisis perilaku konsumtif dan faktor pendorongnya"*. Jakarta.
- Chrisnawati, Dian, dan Abdullah, Sri Muliati. (2011) *"Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif remaja terhadap pakaian"* Jurnal Spirits Vol.2 No 1, November
- Dikria, Okky, and Sri Umi Mintarti. *"Pengaruh literasi keuangan dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan ekonomi pembangunan fakultas ekonomi universitas negeri malang angkatan 2013"*. Jurnal pendidikan Ekonomi 9.2 (2016): 128-139.
- Estetika, Mia. (2017) *"Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif siswa perempuan kelas XII IPS"*. Jurnal pendidikan dan pembelajaran khatulistiwa 6.6
- Ernawati, Erli, and E. P. Indriyati. *"Hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja di SMP N 1 Payungan."* Jurnal spirits 2.1 (2011): 1-12.
- Gusli, S dan M.R, Pautina. 2021. Pengembangan Instrumen Remaja dalam Membina Hubungan (Handling Relationships) Berbasis Komputer. *JAMBURA Guidance and Counseling Journal*. 2 (1). 16-22
- Java Tresna, Ardika, Trigita Ringkasan Skripsi, 2013 *"Perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa FIS UNY pada klinik kecantikan"* Yogyakarta.
- Khairat, Masnida, Nur Aisyiah Yusri, and Shanti Yuliana. *"Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa."* Al-Qalb: Jurnal Psikologi Islam, 9.2 (2018), 130-139.
- Korompot, S., M.R, Pautina., dan R, Madina. 2019. Pemanfaatan Media Sosial untuk Mempromosikan Potensi Daya Saing Desa Topi. *Jurnal Sibermas (Sinergi Pemberdayaan Masyarakat)*. 8 (3). 280-295.
- Lestarina Eni, dkk *"Perilaku konsumtif di kalangan remaja"* Jurnal Riset Tindakan Indonesia, Vol 2.2 (2017), 1-5.
- Pautina, M.R., Korompot, S., dan I, Usman. 2021. Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Antisipasi Potensi Banjir Dengan Cara Pengolahan Lahan dan Lingkungan Bagi Masyarakat Desa Milango. *Jurnal Sibermas (Sinergi Pemberdayaan Masyarakat)*. 11 (1).



**Deskripsi Perilaku Konsumtif Siswa Kelas IX SMP Negeri 3 Gorontalo**

- Eka Prasetya wati, Tuti Wantu, Sukma Nurilawati Botutihe

- Pautina, L., W, Pratiwi dan I, Pautina. 2022. Efektifitas Pelaksanaan Program Bimbingan Konseling Inklusi di TK Damhil DWP UNG. *Jambura Early Childhood Education Journal*. 4 (1). 64-74
- Puluhulawa, M., M.R, Pautina dan M.R, Djibran. 2017. Reality Group Counseling to Improving Self-Esteem of Students. *Journal GUIDENA*. 7 (2).
- Pautina, M.R., M, Puluhulawa., dan M.R, Djibran. 2018. The Correlation Between Interest In Entrepreneurship And Students' Self-Esteem. *Journal of Business and Behavioural Entrepreneurship*. 2 (2). 62 – 67.
- Pautina, M.R. 2020. Pengaruh Bimbingan Kelompok Terhadap Harga Diri Siswa Kelas VIII SMP Negeri 6 Kota Gorontalo. *JAMBURA Guidance and Counseling Journal*. 1 (1). 8 – 13.
- Pautina, M.R dan M.R, Djibran. 2021. The Relationship Between Spiritual Intelligence and Empathy of Students. *Biblio Couns: Jurnal Kajian Konseling dan Pendidikan*. 4 (3). 167 – 174.
- Sari, Sunita Skripsi. (2018) “Perilaku konsumtif remaja dalam membeli produk fashion”.
- Subki,”Upaya Meminimalkan Perilaku Konsumtif Melalui Layanan Konseling Kelompok Pada Siswa Kelas X SMA Negeri 1 Wanasaba Tahun Ajaran 2016-2017” Jurnal Ilmiah Rinjani, Universitas Gunung Rinjani Vol 6.2 (2018).
- Sugiarti, D. 2019. Karakter Pendidik Menurut Abdullah Nashih'ililwan. Skripsi Jurusan Agama Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta
- Tuasikal, J.M.S., R, Madina., M.R, Pautina., dan S, Korompot. 2021. Pengembangan Instrumen Remaja dalam Membina Hubungan (Handling Relationships) Berbasis Komputer. *SJGC: Student Journal of Guidance and Counseling*. 1 (1). 1-9.