

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, TEMAN SEBAYA DAN DISONANSI
KOGNITIF TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
(Survey pada Siswa SMA Negeri se-Kota Tasikmalaya)**

Fajriyatul Barokah^{1*}, Yoni Hermawan², Astri Srigustini³

¹⁻³ Universitas Siliwangi

E-mail: ¹⁾ 192165088@student.unsil.ac.id, ²⁾ yonihermawan@unsil.ac.id,

³⁾ astrisrigustini@unsil.ac.id

Abstract

The problem addressed in this study is the excessive consumption of non-essential needs among high school students in Tasikmalaya, coupled with their inability to establish a priority scale for their consumption patterns. This research employs a quantitative survey method with an explanatory survey design. The study's target population includes all public high school students in Tasikmalaya City, specifically those in class XI. The sampling technique utilized in this study is probability sampling, employing proportionate random sampling, resulting in a sample size of 367 students. Data collection is carried out through the use of questionnaires, while data analysis is performed using the SPSS 25.0 for Windows program. The results indicate the following: 1) There exists a significant correlation between financial literacy and consumptive behavior, with a significance value of 0.045. 2) Peers exert a notable influence on consumptive behavior, as evidenced by a significance value of 0.029. 3) Cognitive dissonance also significantly impacts consumptive behavior, with a significance value of 0.029. 4) The combined effect of financial literacy, peers, and cognitive dissonance on consumptive behavior is significant, demonstrated by a significance value of 0.000.

Keywords: *Cognitive Dissonance, Financial Literacy, Consumer Behavior, Peer Influence*

Abstrak

Masalah dalam penelitian ini yaitu siswa SMA di Tasikmalaya memiliki konsumsi berlebih pada kebutuhan yang tidak penting, dan belum bisa menentukan skala prioritas dalam melakukan konsumsi. Penelitian ini metode penelitian kuantitatif jenis survei dengan desain yaitu survei eksplanatory. Populasi dalam penelitian yaitu seluruh siswa SMA Negeri di Kota Tasikmalaya kelas XI. Adapun teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu probability sampling dengan menggunakan proportionate random sampling yang berjumlah 367 siswa. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik analisis data menggunakan bantuan program SPSS 25.0 for window. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Terdapat pengaruh signifikan dari literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai signifikansi 0,045. 2) Terdapat pengaruh signifikan dari teman sebaya terhadap perilaku konsumtif dengan nilai signifikansi 0,029. 3) Terdapat pengaruh signifikan dari disonansi kognitif terhadap perilaku konsumtif dengan nilai signifikansi 0,029. 4) Terdapat pengaruh signifikan dari literasi keuangan, teman sebaya, dan disonansi kognitif terhadap perilaku konsumtif dengan nilai signifikansi 0,000.

Kata Kunci: Disonansi Kognitif, Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif, Teman Sebaya.

¹Universitas Siliwangi

Fajriyatul Barokah

*E-mail: 192165088@student.unsil.ac.id

PENDAHULUAN

Kegiatan konsumsi adalah kegiatan menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup. Konsumsi merupakan kebutuhan manusia yang harus dipenuhi untuk melangsungkan kehidupannya. Dalam siklus ekonomi, konsumsi merupakan siklus terakhir yaitu kegiatan menggunakan barang dan jasa dari proses produksi. Hakikatnya konsumsi dilakukan oleh masyarakat sesuai dengan tujuan dan manfaatnya. Seperti makanan digunakan untuk memenuhi kebutuhan energi, minuman untuk menghilangkan rasa dahaga, pakaian untuk menutupi tubuh atau aurat, perhiasan sebagai investasi, kendaraan sebagai alat mobilitas, dan rumah sebagai tempat berlindung dari teriknya matahari dan dinginnya hujan.

Kemajuan teknologi dan informasi, termasuk e-commerce, telah memudahkan konsumsi dengan memperluas aksesibilitas dan variasi produk. Di Indonesia, generasi milenial diprediksi menjadi kontributor utama dalam konsumsi negara pada tahun 2030. Diperkuat oleh survey sentimen konsumen McKinsey sebuah perusahaan konsultan manajemen global di Amerika Serikat, menunjukkan minat masyarakat Indonesia untuk berbelanja secara online meningkat sebesar 60% setelah pandemi. Hal ini dilaporkan oleh surat kabar The Jakarta Post.

Perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor sosial-budaya dan faktor psikologis Mangkunegara (Bowo, 2018). Faktor psikologis dapat mempengaruhi perilaku konsumtif melalui pengalaman belajar atau literasi keuangan. Literasi keuangan merupakan kemampuan untuk memahami, menganalisis, dan mengelola keuangan untuk mencapai tujuan kesejahteraan, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Menurut OJK, indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia pada tahun 2020 mencapai 49,68%, yang meningkat dari tahun sebelumnya sebesar 38,03%, meskipun angka tersebut masih tergolong rendah.

Berdasarkan data BPS rata-rata pengeluaran per kapita dalam sebulan untuk makanan dan bukan minuman di daerah kota lebih tinggi daripada di kabupaten. Hal ini terjadi karena di kota terdapat lebih banyak pusat perbelanjaan. Kota Tasikmalaya dijadikan pusat perbelanjaan bagi masyarakat Priangan Timur seperti Kota Banjar, Ciamis, dan Kabupaten Tasikmalaya. Maka dari itu peneliti melakukan penelitian di Kota Tasikmalaya mengetahui tingkat konsumtifnya. Hasil dari survei pra-penelitian terhadap 50 siswa SMA Negeri di Tasikmalaya menunjukkan bahwa sebagian besar dari mereka masih belum mampu mengelola keuangannya dengan baik. Hal ini terbukti dari pernyataan siswa yang menganggap uang saku yang diberikan oleh orang tua belum cukup untuk memenuhi kebutuhan mereka

selama sebulan penuh, dan seringkali habis sebelum waktu yang ditentukan. Dan peneliti menemukan sebuah fenomena bahwa siswa SMA negeri di Tasikmalaya terindikasi memiliki perilaku konsumtif, yang dibuktikan dengan data bahwa mereka lebih banyak menggunakan uangnya untuk kebutuhan yang tidak penting, seperti skincare, nongkrong, menonton, dan melakukan hobi mereka dibandingkan untuk kebutuhan sekolahnya yang seharusnya menjadi prioritasnya sebagai siswa.

Perilaku konsumtif jika terus akan berdampak bagi kesejahteraan masyarakat, terlebih pada anak-anak / remaja dimana kebiasaan atau habit pada masa tersebut dapat terbawa sampai dewasa. Berdasarkan hal tersebut, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Teman Sebaya dan Disonansi Kognitif Terhadap Perilaku Konsumtif (Survei pada Siswa SMA Se Kota Tasikmalaya)”. Harapan dari penelitian ini adalah agar hasilnya dapat memberikan sumber informasi yang bermanfaat bagi berbagai pihak yang membutuhkan, terutama sebagai bahan masukan untuk siswa dalam mengembangkan kebiasaan konsumsi yang lebih rasional.

TINJAUAN PUSTAKA

Perilaku Konsumtif

Istilah konsumtif dalam (KBBI, 2016) berarti bersifat konsumsi (hanya memakai, tidak menghasilkan sendiri). (Arnasik, 2018) Konsumtif adalah kegiatan menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan faktor gengsi. Sejalan dengan hal itu (Umanailo, 2018) mengatakan konsumerisme atau perilaku konsumtif adalah suatu pola pikir serta tindakan dimana tindakan membeli barang bukan dikarenakan ia membutuhkan barang itu tetapi dikarenakan tindakan membeli itu memberikan kepuasan bagi dirinya.

Dari beberapa sumber diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku menghabiskan barang atau jasa tanpa mempertimbangkan kebutuhan, karena lebih fokus pada keinginan atau faktor gengsi. Pola pikir konsumerisme yang menganggap belanja sebagai sumber kepuasan, cenderung tidak terbatas dan mengutamakan keinginan. Perilaku ini ditunjukkan dengan tindakan memakai produk yang tidak tuntas atau membeli barang karena hadiah atau popularitas.

Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif menurut A.A Anwar Prabu Mangkunegara (Bowo, 2018) yaitu faktor sosial budaya (budaya, kebudayaan, faktor kelas sosial, kelompok acuan, keluarga) dan faktor psikologis (pengalaman belajar, kepribadian, sikap dan keyakinan, konsep diri).

Beberapa tanda yang dapat mengindikasikan perilaku konsumtif menurut Sumartono adalah sebagai berikut membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi, membeli produk karena pertimbangan harga, bukan manfaat atau kegunaannya, membeli produk hanya untuk menjaga status simbol, menggunakan produk karena dorongan konformitas terhadap model iklan, memiliki pandangan bahwa membeli produk mahal akan meningkatkan rasa percaya diri, mencoba lebih dari dua produk sejenis dari merek yang berbeda (Kanserina, 2015).

Literasi Keuangan

Menurut (Mendes-Da-Silva, 2016) literasi keuangan dipahami sebagai penguasaan seperangkat pengetahuan, sikap dan perilaku, telah diasumsikan peran mendasar kemungkinan orang untuk membuat keputusan bertanggung jawab karena mereka berusaha untuk mencapai kesejahteraan finansial.

Dalam singkatannya, literasi keuangan adalah pengetahuan dan kemampuan untuk mengelola keuangan guna meningkatkan kesejahteraan.

Literasi keuangan dibagi menjadi empat aspek yakni sebagai berikut, pengetahuan umum tentang keuangan, tabungan dan pinjaman, asuransi, dan investasi (CHEN, 1998).

Teman Sebaya

Teman sebaya (peer group) merupakan suatu kelompok dari orang-orang yang seusia dan memiliki status yang sama, dengan siapa seseorang umumnya berhubungan atau bergaul (Damsar, 2011). Dalam kehidupan seseorang, kelompok pertama yang menjadi acuan adalah keluarga. Keluarga memiliki pengaruh besar terhadap pembentukan kepribadian individu. Namun, seiring berjalannya waktu, kelompok rujukan selanjutnya bagi peserta didik adalah guru, terutama di lingkungan sekolah. Kemudian, seiring perkembangan waktu, teman sebaya menjadi kelompok rujukan yang penting dalam mengembangkan sikap dan perilaku.

Indikator teman sebaya menurut (Ming Thung, 2012) yaitu melakukan interaksi sosial dengan teman sebaya, memberikan dorongan serta dukungan dari teman sebaya, memberikan pengetahuan atau pengalaman baru dari teman sebaya, dan mengikuti kebiasaan dari teman sebaya.

Disonansi Kognitif

Menurut Festinger Disonansi kognitif dideskripsikan sebagai suatu “kondisi yang membingungkan, yang terjadi ketika individu menemukan diri melakukan sesuatu yang tidak sesuai dengan apa yang diketahui, atau mempunyai pendapat yang tidak sesuai dengan

pendapat lain yang diyakini” (Hutagalung, 2016). Dengan kata lain, teori disonansi kognitif berkaitan dengan dua jenis inkonsistensi perilaku sikap tertentu, yang timbul karena dilakukannya perilaku yang tidak sesuai dengan sikap dan yang timbul karena pengambilan keputusan. Dalam hal terjadinya disonansi maka akan timbul ketegangan psikologis, atau ketidaknyamanan. Menurut (Festinger, 1962) disonansi kognitif meliputi tiga dimensi yakni emotional. Wisdom of purchase, concern over the deal.

Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai rujukan oleh peneliti yakni penelitian yang dilakukan oleh Rionald dengan judul Hubungan Antara Disonansi Kognitif Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa/I Universitas Bina Nusantara, dengan hasil penelitian terdapat hubungan yang signifikan antara disonansi kognitif dengan perilaku konsumtif (Rionald, 2015). Yasin'ta Aulia Nurachma dan Sandy Arief, dengan judul Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016 kognitif terhadap perilaku konsumtif berbelanja Fashion, dengan hasil ada pengaruh positif status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa secara parsial sebesar 13,91%, ada pengaruh positif kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif siswa secara parsial sebesar 12,81%, dan ada pengaruh negatif financial literacy terhadap perilaku konsumtif siswa secara parsial sebesar 8,58%. (Arief, 2017)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif survey, data dikumpulkan menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini yakni siswa SMA Negeri kelas XI se-Kota Tasikmalaya yang berjumlah 4.263 siswa, dengan menggunakan teknik sampel propotioante random sampling sehingga didapatkan sampel sebanyak 367 siswa. Variabel yang akan diteliti yakni 3 variabel independen (literasi keuangan, teman sebaya, dan disonansi kognitif) dan 1 variabel dependen (perilaku konsumtif). Teknik analisis data dalam penelitian ini untuk mengetahui validitas menggunakan SPSS versi 25 dan reliabilitas angket penulis menggunakan rumus cronbach's alpha. Dengan uji prasyarat analysis dengan uji normalitas, uji linieritas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas menggunakan SPSS versi 25. Untuk menguji hipotesis dalam menganalisis data menggunakan rumus regresi linier berganda, uji koefisien determinasi serta uji t dan uji f.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, uji regresi linear berganda dilakukan untuk mengungkapkan hubungan atau pengaruh dari tiga variabel bebas, yaitu gaya hidup, teman sebaya, dan uang saku, terhadap satu variabel terikat, yaitu pola konsumsi. Hasil dari uji regresi linear berganda dapat ditemukan dalam tabel 1 berikut:

Tabel 1. Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	Standar Error	t	Sig.
Konstanta	30,564	5,143	5,943	0,000
Literasi Keuangan (X1)	0,285	0,142	2,008	0,045
Teman Sebaya (X2)	0,147	0,067	2,186	0,029
Disonansi Kognitif (X3)	0,270	0,130	2,073	0,039

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (diolah)

Uji parsial atau uji t digunakan untuk mengevaluasi signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

Tabel 2. Uji T

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	Kesimpulan
Literasi Keuangan (X1)	2,008	1,97	0,045	t hitung > t tabel. Ho ditolak Ha diterima
Teman Sebaya (X2)	2,186		0,029	t hitung > t tabel. Ho ditolak Ha diterima
Disonansi Kognitif	2,073		0,039	t hitung > t tabel. Ho ditolak Ha diterima

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (diolah)

Uji F, atau uji simultan, digunakan untuk mengetahui dampak bersama-sama dari semua variabel independent terhadap variabel dependen. Berikut hasil dari pengujian uji secara simultan, dapat dilihat pada tabel 3

Tabel 3. Uji F

Model	Sum of Square	Df	Means Square	F	Sig.
Regression	1121,641	3	373,880	4,455	0,004
Residual	30462,315	363	83,918		
Total	31583,956	366			

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (diolah)

Berdasarkan hasil analisis uji simultan pada tabel diatas, diperoleh nilai F hitung sebesar 4,455 lebih besar dari F tabel 2,62 dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya literasi keuangan, teman sebaya dan disonansi kognitif berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan diantara keseluruhan variabel independent terhadap variabel dependen. Serta hasil analisis uji simultan menghasilkan bahwa H_a diterima yang artinya literasi keuangan, teman sebaya dan disonansi kognitif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Fakta di lapangan menunjukkan perilaku konsumtif siswa yaitu mereka kerap membeli produk/barang/jasa karena adanya diskon, *buy 1 get 1*, membeli barang yang lucu dengan kemasan yang menarik menjadi alasan melakukan konsumsi.

Literasi keuangan merupakan pengetahuan tentang keuangan yang digunakan untuk membuat keputusan dan pengelolaan keuangan, pengetahuan tentang keuangan ini sangat penting berguna untuk kesejahteraan masa depan. Literasi keuangan dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Pada fakta seharusnya seorang yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik akan lebih bijak dalam menggunakan sumber daya uangnya untuk memenuhi kebutuhannya. Namun pada penelitian ini ditemukan bahwa nilai regresi bersifat positif yang menandakan ketika literasi keuangannya meningkat maka perilaku konsumtif nya meningkat pula. Hal ini terjadi karena meskipun seorang sudah mengetahui cara mengelola keuangan dengan baik jika pengetahuannya tersebut tidak diimplementasikan dengan baik dalam kehidupan sehari-harinya maka siswa tersebut akan berperilaku konsumtif. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dilasari, 2020) dimana literasi keuangan memiliki regresi yang bersifat positif, yakni ketika variabel literasi keuangan meningkat maka variabel perilaku konsumtifnya meningkat pula.

Diketahui bahwa teman sebaya memiliki pengaruh dalam perilaku konsumtif siswa, dengan adanya interaksi sosial yang tinggi di kalangan teman sebaya tidak dapat dipungkiri

akan adanya konformitas antar teman sebaya sebagai upaya mendapatkan penerimaan dalam kelompoknya, namun hal tersebut masih dapat diminimalisir dengan adanya literasi keuangan yang baik sehingga siswa akan mempertimbangkan keputusannya dengan melakukan konsumsi yang bijak. Hal ini didukung dengan adanya kondisi disonan siswa setelah melakukan konsumsi, ketika rasa disonan yang tinggi dan siswa memiliki literasi keuangan yang mumpuni maka keputusan yang akan diambil akan menghasilkan keputusan yang bijak.

Dan hal ini terbukti dengan data di lapangan meskipun interaksi sosial antara teman sebaya siswa SMA Negeri di Tasikmalaya tinggi, namun tingkat perilaku konsumtif nya masih dalam tingkat sedang. Walaupun demikian sebagai orangtua dan guru harus tetap mengawasi siswa dalam melakukan konsumsi, supaya tidak terjadi adanya kenaikan dalam perilaku konsumtif pada siswa.

Interaksi teman sebaya akan mempengaruhi terhadap konsumsi atau bahkan mengarah pada perilaku konsumtif individu tersebut, karena individu cenderung akan mengikuti kebiasaan dan pendapat dari teman sebayanya. Pendapat ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Arief, 2017) yang menyatakan bahwa teman sebaya memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan indikator yang digunakan dalam penelitian tersebut.. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Setiaji, 2017) menyatakan teman sebaya secara signifikan mempengaruhi terhadap perilaku konsumtif siswa

Dalam fakta di lapangan siswa SMAN Negeri di Tasikmalaya teman sebaya sangat berpengaruh dalam kehidupannya, hal ini sebabkan dalam kelompok teman sebaya tersebut sering terjadi adanya pertukaran informasi terkait pengalamannya, memberikan saran dan masukan kepada temannya, dan memberikan pendapat untuk membantu temannya dalam mengambil suatu keputusan. Selain itu siswa SMA Negeri di Tasikmalaya akan mengikuti kebiasaan yang dilakukan oleh teman sebayanya. Pernyataan tersebut didukung oleh teori dari Leibenstein yakni teori efek ikut arus (efek bandwagon). Istilah efek bandwagon ini digunakan untuk menggambarkan fenomena ketika seorang individu cenderung mengikuti apa yang dilakukan oleh temannya, termasuk dalam konsumsi.

Teori lain yang mendukung yakni teori (*peer group*) dari John W Santrock (Susanti, 2016) mengatakan bahwa teman sebaya merupakan wadah untuk menyediakan berbagai informasi terkait dunia luar keluarga. Remaja menerima umpan balik dari kemampuan mereka, dan mereka akan belajar tentang apa yang mereka lakukan lebih baik, sama baiknya, atau bahkan lebih buruk dari apa yang dilakukan oleh remaja lain. Dari pernyataan ini menegaskan bahwa

baik buruknya seseorang dinilai oleh teman sebayanya, maka seseorang membutuhkan usaha untuk dapat diterima di dalam kelompoknya.

Dalam fakta di lapangan 84% siswa SMA Negeri di Tasikmalaya mengalami disonansi setelah melakukan konsumsi, seperti siswa akan merasa adanya disonan apakah tindakan konsumsi tersebut sudah benar atau sebuah kesalahan, apakah konsumsi yang dilakukannya berlebihan atau tidak, dan merasa takut akan menjadi individu yang boros di masa mendatang. Dalam prosesnya disonansi akan mempengaruhi keputusan seseorang, dimana ketika terjadi disonan seseorang akan berusaha untuk mengurangi disonan tersebut dengan cara membuat keadaan kembali kepada keyakinannya atau dengan menyesuaikan keyakinannya dengan apa yang telah dilakukan.

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan analisis regresi terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif (Y). Semakin tinggi disonansi kognitif seorang individu semakin tinggi pula perilaku konsumtif yang dilakukan. Hal ini terjadi karena dalam mengambil keputusan untuk mengurangi rasa disonannya siswa menyesuaikan keyakinan awalnya dengan apa yang telah dilakukannya. Hal ini dilakukan sebagai bentuk *self love*, *self reward* untuk dirinya sendiri. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rionald, 2015) disonansi kognitif memiliki nilai positif terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Baudliard bahwa “Konsumsi dapat dilihat bukan sebagai kenikmatan atau kesenangan yang dilakukan masyarakat secara bebas dan rasional, melainkan sebagai suatu terlambangkan, yang dipaksakan kepada masyarakat, dan seolah merupakan suatu tugas yang tidak terhindarkan”. Teori ini mengajukan bahwa konsumsi bukan hanya tentang memenuhi kebutuhan individu, tetapi juga tentang bagaimana individu membangun identitas dan menjalin hubungan sosial melalui simbol dan tindakan konsumtif. Dengan teori ini menjelaskan tujuan dari seseorang melakukan tindakan konsumtif. Seperti yang ditemukan di lapangan siswa mereka terjebak dalam dinamika konsumsi yang dipengaruhi oleh tanda-tanda dan citra yang diproyeksikan oleh media, teman sebaya, industri komersial. Konsumsi yang mereka lakukan cenderung pada produk atau merek tertentu sebagai cara untuk mengekspresikan identitas sosial diantara teman sebayanya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh literasi keuangan, teman sebaya dan disonansi kognitif siswa, diperoleh simpulan sebagai berikut terdapat gambaran literasi keuangan, teman sebaya dan disonansi kognitif siswa SMA Negeri di Kota Tasikmalaya, literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Kota Tasikmalaya, teman sebaya memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Tasikmalaya, disonansi kognitif memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Tasikmalaya, dan literasi keuangan, teman sebaya, dan disonansi kognitif memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Tasikmalaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief, Y. A. (2017). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya dan Financial Literacy terhadap Perilaku Konsumtif pada Siswa Kelas XI IPS SMA KESATRIAN 1 SEMARANG Tahun Ajaran 2015/2016. *Economic Education Analysis Journal*, 489-500.
- Arnasik, A. N. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. *Oikos : Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 2549-2284.
- Bowo, N. H. (2018). Pengaruh Uang Saku, Locus of Control, dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 3, 1025-1039.
- Damsar. (2011). *Pengantar Sosiologi Pendidikan*. Jakarta: Prenada Medi.
- Dilasari, S. M. (2020). Pengaruh Financial Literacy, Life Style, Locus of Control dan Demografi terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial di Kota Subang. *Journal of Accounting of Sustainable Society (JASS)*, 56-77.
- Hutagalung, I. (2016). Disonansi Kognitif pada Perilaku Seks Pranikah. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 01 (02), 71-80.
- Kanserina, D. (2015). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan. *jurnal pendidikan ekonomi undiksha*, 1.
- KBBI, K. B. (2016). Hämtat från <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>
- Mendes-Da-Silva, A. C. (2016). Development of a financial literacy model for univesity studens. *Management Research Review*, Vol 39 Iss 3 pp. doi:doi.org/10.1108/MRR-06-2014-0143

- Ming Thung, C. Y. (2012). *Determinants of Saving Behavior among the university students in Malaysia* . Petaling Jaya: Universiti Tunku Abdul Rahman.
- Rionald. (2015). Hubungan antara Disonansi Kognitif dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Universitas Bina Nusantara . *Jurnal Universitas Bina Nusantara*.
- Setiaji, L. A. (2017). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya dan Status Sosial Ekonomi Orangtua terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Semarang). *Economic Education Analisis Journal* , 833-842.
- Susanti, S. (2016). Pengaruh Pergaulan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN Pontianak. *Jurnal Universitas Tanjungpura Pontianak*.
- Umanilo, M. C. (2018). Konsumerisme.