

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi pada saat ini semakin meningkat sehingga membuat banyak orang akan ketergantungan dalam mendapatkan informasi yang akan digunakan dalam kehidupan sehari-hari, banyak yang dapat kita temukan seperti informasi tentang hiburan, fashion, sport, otomotif dan lain sebagainya dengan mudah. Rahmawati (2019) mengatakan bahwa dengan teknologi yang semakin berkembang, sekarang ini banyak situs-situs jual beli online dimana di dalamnya mengumpulkan banyak online shop menjadi satu situs yang mempermudah pembeli untuk mendapatkan barang yang mereka inginkan dengan berbagai promo yang menarik para mahasiswa untuk berbelanja di situs tersebut.

Kemudahan dan keamanan dalam transaksi elektronik semakin membantu perkembangan dan pertumbuhan bisnis online di Indonesia saat ini. Konsumen yang berbelanja online tidak perlu takut dengan adanya penipuan. Saat ini banyak sekali aplikasi yang digunakan untuk berbelanja secara online seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Blibli, Bukalapak dan masih banyak lagi. Salah satu aplikasi yang saat ini banyak diminati oleh konsumen untuk berbelanja kebutuhannya adalah aplikasi Shopee.

Shopee merupakan E-Commerce (Jual beli online) berbasis aplikasi mobile yang sedang berkembang di Indonesia. Shopee memberikan tawaran jual beli online yang menyenangkan, gratis, dan terpercaya melalui perangkat android. Dengan aplikasi Shopee bisa mendaftarkan produk jualan dan berbelanja dengan berbagai penawaran menarik, harga termurah, dan gratis ongkir ke seluruh

Indonesia. Shopee masuk ke pasar Indonesia pada akhir bulan Mei 2015 dan mulai beroperasi di Indonesia pada akhir bulan Juni 2015. Saat ini shopee sudah di download lebih dari 100 juta pengguna dengan rating dan ulasan lebih dari 10 juta oleh pengguna nya. (<http://play.google.com>, diakses pada 29 Mei 2022).

Tabel 1.1 Iprice

	Situs Web (Visitor Per Bulan di Indonesia)	Aplikasi (Visitor Per Bulan di Indonesia)	Total (Visitor Per Bulan di Indonesia)
Shopee	126.99	834.52	961.51
Tokopedia	147.79	244.34	392.13
Lazada	27.67	349.37	377.04
Bukalapak	29.46	49.72	79.18
Blibli	18.44	10.33	28.77

Sumber: Iprice 2021

Berdasarkan riset iPrice, Shopee termasuk yang peringkat teratas dalam segi jumlah pengunjung situs web yang memiliki 126,99 juta pengunjung web per bulan. Alhasil, dengan asumsi tingkat kunjungan web iPrice hingga Agustus 2021, maka shopee mencetak kunjungan rata-rata 961,51 juta kunjungan, dengan rincian dari web sebanyak 126,99 juta dan aplikasi sejumlah 834,52 juta kunjungan. Per Agustus 2021, Shopee berhasil meraih 26,92 juta unique daily activers users (DAU) atau pengguna aplikasi aktif harian yang mengakses dari perangkat mobile Android di Indonesia.

Sementara IPSOS (2020) (Perusahaan Riset Pasar dan Konsultasi Multinasional) melakukan riset terkait persaingan dalam industri *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2020. Menurut laporan terbaru *Ipsos Marketing Sumitte E-*

commerece 4.0, Shopee adalah situs e-commerce yang paling sering dikunjungi. Berdasarkan hasil riset tersebut terdapat tiga platform tertinggi yang digunakan masyarakat di Indonesia. Adapun shopee berada di urutan paling atas sebagai *e-commerce* yang paling banyak digunakan masyarakat dan disusul oleh Tokopedia sebagai urutan kedua, dan Lazada berada di urutan ketiga. Sementara itu berdasarkan riset ipsos, shopee merupakan *e-commerce* yang lebih banyak diminati oleh kalangan wanita, kemudian tokopedia dan lazada lebih banyak diminati oleh pria.

Bedasarkan pada kelompok umur di tahun 2020 menurut hasil riset dari Snapchart yang menunjukkan bahwa berbelanja di Shopee yang paling digemari terdapat pada kelompok umur 19-24 tahun (72%), 25-30 tahun (69%), 31-35 tahun (63%), dan 35 tahun keatas (53%). Sementara data lain dari hasil riset Kredivo dan Katadata Insight Center dalam kurun waktu Januari-Desember 2019 nilai transaksi rata-rata *e-commerce* adanya peningkatan pada semua produk. Pada Konsumen dengan rentang usia 18-35 tahun sebanyak (85%), dengan rincian sebanyak 36% pada usia 18-25 tahun dan sebanyak 49% pada usia 26-35 tahun. Berdasarkan data tersebut, pasar terbesar pada *e commerce* merupakan individu pada tahap dewasa awal.

Menurut Santrock (2003) sasaran utama yang mudah untuk di pengaruhi adalah remaja akhir hingga dewasa awal. Masa remaja merupakan periode transisi kehidupan manusia dari anak-anak menuju dewasa, yang di dalamnya terdapat proses pencarian jati diri, hal ini menyebabkan seorang remaja mudah untuk ikut atau terimbas hal-hal yang tengah terjadi disekitarnya. Mahasiswa adalah suatu kelompok yang dikategorikan pada tahap perkembangan yang usianya 18 sampai

25 tahun. Tahap ini digolongkan pada masa remaja akhir sampai masa dewasa awal dan dilihat dari segi perkembangan, tugas perkembangan pada usia mahasiswa ini adalah pematangan pendirian hidup (Yusuf, 2012).

Mahasiswa merupakan kumpulan remaja yang mulai memasuki tahap dewasa, mahasiswa seharusnya mengisi waktunya dengan menambah pengetahuan, keterampilan, dan keahlian serta mengisi kegiatan mereka dengan berbagai macam kegiatan positif sehingga akan memiliki orientasi ke masa depan sebagai manusia yang bermanfaat bagi masyarakat dan bangsa. Mahasiswa adalah kalangan yang melek teknologi dan dekat dengan dunia internet sehingga muncul fenomena berbelanja online di kalangan mahasiswa. Keinginan untuk membeli sesuatu muncul disebabkan karena melihat iklan, dan ikut-ikutan teman yang mengikuti tren mode yang sedang berkembang dan sering mementingkan gengsi nya agar tidak ketinggalan zaman sehingga tanpa sadar sebagian mahasiswa akan menunjukkan perilaku konsumtif (Yuniarti, 2015).

Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli barang secara berlebihan untuk mendapatkan kesenangan dan kepuasan sendiri dan bukan berdasarkan kebutuhannya. Perilaku konsumtif ini cenderung harus mengeluarkan biaya yang lebih tinggi karena bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan saja tetapi lebih mengarah pada pemenuhan tuntutan keinginan (Haryani, 2015).

Menurut Sumartono (2002) perilaku konsumtif dapat dikatakan sebagai suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Artinya belum habis suatu produk jenis yang sama dari merk yang lain atau membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk jenis yang sama dari merk lain atau membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan,

atau membeli suatu produk karena banyak orang yang menggunakan produk tersebut. Perilaku konsumtif biasanya menunjukkan tentang keinginan individu untuk mengonsumsi barang maupun jasa dengan berulang-ulang secara berlebihan, namun sebenarnya tidak diperlukan dan bukan menjadi kebutuhan pokok. Perilaku konsumtif cenderung lebih mengarah kepada perilaku yang boros sehingga membuat seseorang menghamburkan-hamburkan uang dan lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan pokoknya yang harus diprioritaskan.

Fromm (1995) menyatakan bahwa perilaku konsumtif dianggap sebagai perilaku membeli barang yang berlebihan sebagai usaha untuk mendapatkan kesenangan dan kebahagiaan yang bersifat semu atau tidak pasti. Fromm (1995) juga menambahkan Individu dapat dikatakan konsumtif apabila memiliki barang yang tidak sesuai dengan kebutuhan secara berlebihan, dan untuk menunjukkan status dirinya. Tidak jarang dari kalangan masyarakat terutama mahasiswa yang rela menghabiskan uangnya demi mendapatkan barang yang diinginkan untuk memperoleh kepuasan bagi dirinya dan tentunya salah satu kepuasan yang akan dicapai adalah pengakuan dari lingkungannya.

Peneliti melakukan wawancara dengan salah satu mahasiswi di Kota Medan untuk memperkuat fenomena yang ada. Mahasiswi berinisial A.S mengatakan bahwa :

“ Biasanya kalo lagi nyantai itu, gatau kenapa kalo buka hp pasti langsung buka shopee, ngga tau kenapa ya tiba-tiba jari ini buka shopee hahaha, kalo aku liat ada barang yang lucu-lucu gitu aku nggk akan mikir panjang buat beli, meskipun nggk terlalu berguna kali tapi aku merasa puas karena aku udah punya barang itu. Menurut ku sih nggk apa-apa lah hitung hitung koleksi”.

Peneliti juga melakukan wawancara lanjutan kepada salah satu mahasiswi di Kota Medan yang berinisial S.B . Subjek tersebut mengatakan bahwa :

“Aku itu cenderung suka ngoleksi lipstik, sebenarnya aku masih punya lipstik sih yang belum habis,tapi kalau udah lihat lipstik yang bagus atau lihat dan merk nya juga oke pasti aku beli, meskipun aku sudah punya warna lipstik yang sama sebelumnya. Rasa nya senang gitu kalau udah punya lipstik itu, kalau ku susun di meja kamarku aduhh pokoknya senang aja deh liatnya. Kalau mau pergi kemana-mana tinggal milih yang mana yang bakalan ku pake”

Berdasarkan pernyataan salah satu mahasiswi diatas, terungkap bahwa mahasiswi A.S tersebut cenderung untuk membeli barang bukan karena kegunaannya, namun hanya keinginan semata sehingga mahasiswi tersebut akan merasa puas ketika sudah membeli barang tersebut. Kemudian hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap subjek S.B bahwa subjek suka membeli lipstik yang sama dengan lipstik yang telah ia miliki sebelumnya.

Disisi lain perilaku konsumtif akan menimbulkan dampak negatif bagi konsumen. Menurut Yuniarti, (2015) Pola hidup yang boros akan menimbulkan kecemburuan sosial karena orang akan membeli semua barang yang diinginkan tanpa memikirkan harga barang tersebut murah atau mahal,barang tersebut diperlukan atau tidak, sehingga bagi orang yang tidak mampu tidak akan sanggup untuk mengikuti pola kehidupan yang seperti itu. Perilaku konsumtif juga dapat mengurangi kesempatan untuk menabung karena orang akan lebih membelanjakan uangnya dibandingkan dengan menyisihkan untuk ditabung. Kemudian akan cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang, orang akan mengonsumsi lebih banyak barang pada saat sekarang tanpa berpikir kebutuhannya pada masa yang akan datang.

Hasil survey yang dilakukan peneliti terhadap mahasiswa/i di Kota Medan, terdapat 30 responden dengan jumlah responden perempuan sebanyak 24 orang dan laki-laki 6 orang. Responden yang senang belanja online karena metode nya lebih praktis sebanyak 90%, responden yang tertarik membeli barang yang unik dan menarik namun tidak terlalu membutuhkan nya sebanyak 63,3%, cenderung membeli barang bermerk untuk menjaga penampilan dan martabat sebanyak 56,6%. Dari hasil survey yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa seluruh responden cenderung memiliki perilaku konsumtif yang tinggi.

Alasan ini yang membuat individu berusaha mendapatkan suatu barang tanpa memikirkan fungsi barang tersebut kemudian menggambarkan kebiasaan-kebiasaan konsumtif dan juga melakukan aktivitas konsumsi tidak lagi berdasarkan kebutuhan-kebutuhan yang seharusnya menjadi prioritas utama. Sejalan dengan yang dikatakan oleh Sumartono (dalam Haryani, 2015) bahwa perilaku konsumtif adalah suatu bentuk tindakan memakai produk yang tidak tuntas. Artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama tetapi dari merek yang berbeda. Atau dapat diartikan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut. Kebiasaan konsumtif ini kemudian akan membawa perubahan pada gaya hidup mahasiswa. Perilaku konsumtif mahasiswa akan mulai terbiasa, dan lama kelamaan akan menjadi suatu kebiasaan yang mejadikan sebuah gaya hidup (Yuniarti, 2015). Hal ini membawa mahasiswa ke dalam tindakan yang mementingkan penampilan luar mereka, harga diri, serta cara mengikuti perkembangan di lingkungan sekitar agar setara.

Yuniarti, (2015) mengatakan bahwa gaya hidup merupakan gambaran bagi setiap orang yang mengenakannya dan menggambarkan seberapa besar nilai moral orang tersebut dalam masyarakat di sekitarnya. Menurut Fitri, (2021) Pada dasarnya, gaya hidup adalah cara seseorang dalam mengelola waktu dan uangnya. Selain itu, gaya hidup juga memberikan gambaran jelas tentang pribadi seseorang saat berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup masa kini merupakan perubahan tren dari masa-masa terdahulu dan setiap orang secara perlahan-lahan akan mengikuti perubahan tersebut. Gaya hidup adalah bagian dari kehidupan sosial sehari-hari masyarakat modern. Gaya hidup adalah fungsi dari karakteristik individu yang terbentuk melalui interaksi sosial. Secara sederhana, gaya hidup juga dapat diartikan sebagai cara yang ditempuh seseorang dalam menjalani hidupnya, yang meliputi: aktivitas, minat, opininya (Engel & Mowen, 1995). Gaya hidup merupakan pendorong dasar yang mempengaruhi kebutuhan dan sikap individu, juga mempengaruhi aktivitas pembelian dan penggunaan produk.

Peneliti melakukan wawancara dengan salah satu mahasiswi di Kota Medan untuk memperkuat fenomena yang ada. Mahasiswi berinisial R.S mengatakan bahwa :

“Ketika aku melihat barang-barang baru dan lagi tren gitu, aku selalu berusaha untuk bisa punya barang itu, mau gimana pun yaa aku harus punya barang itu, enak kan rasanya punya barang-barang yang baru dan lagi booming-nya, pasti banyak yang incar .yakali aku ketinggalan zaman ntar dianggap kudet pula”.

Peneliti juga melakukan wawancara lanjutan kepada salah satu mahasiswa di Kota Medan yang berinisial N.S, mahasiswi tersebut mengatakan bahwa:

“Aku itu suka pake barang yang bermerk terutama sepatu kak, memang kalo pake barang-barang yang bermerk itu rasanya kayak lebih percaya diri. Satu

sisi juga circle pertemanan ku suka pakai sepatu yang orang-orang tau itu harga nya cukup mahal untuk kita mahasiswa”.

Hasil wawancara dari subjek R.S dapat disimpulkan bahwa gaya hidup untuk membeli barang-barang yang sedang tren sering dilakukan oleh subjek, gaya hidup ini membuat subjek untuk berusaha tidak ketinggalan terhadap produk-produk yang sedang tren. Dari hasil wawancara terhadap subjek K.M dapat dilihat bahwa subjek mudah untuk dipengaruhi oleh teman kelompoknya sehingga ia mengubah sikapnya dengan temannya untuk menyakan diri dengan teman kelompoknya. Sejalan dengan pendapat Zakaria, (2016) bahwa gaya hidup juga dipengaruhi oleh faktor eksternal yaitu kelompok referensi. Kelompok referensi ini merupakan sekelompok orang yang dapat memberikan pengaruh terhadap pembentukan perilaku seseorang.

Hasil survey yang dilakukan peneliti terhadap mahasiswa/i di Kota Medan, terdapat 30 responden dengan jumlah responden perempuan sebanyak 24 orang dan laki-laki 6 orang. Dari survei yang dilakukan menunjukkan bahwa 46% dari responden menunjukkan bahwa mereka senang membeli barang fashion yang sedang tren, 90% dari responden senang belanja online karena metode nya lebih praktis 80% merasa bahwa penampilan modis dan menarik akan membuat mereka merasa lebih diterima di lingkungan. Dari hasil survei terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki gaya hidup yang tinggi dan sebagian nya lagi cenderung memiliki gaya hidup yang tinggi.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zahra & Anoraga (2021) pada mahasiswa STIE Bank BPD Jawa Tengah dengan jumlah sampel sebanyak 70 mahasiswa dengan hasil yang menunjukkan bahwa variabel gaya hidup memiliki koefisien regresi sebesar 0,493, sehingga terdapat pengaruh positif

variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumtif yang artinya jika gaya hidup meningkat maka akan meningkat pula perilaku konsumtif nya.

Sejalan dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Auskarni (2021) pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar dengan jumlah sampel sebanyak 96 mahasiswa, yang menunjukkan bahwa secara parsial variabel gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, sehingga menyimpulkan semakin tinggi gaya hidup mahasiswa maka semakin tinggi juga perilaku konsumtifnya.

Berdasarkan paparan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa/i pengguna Shopee di Kota Medan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

Apakah terdapat Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa/i pengguna Shopee di Kota Medan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

Untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa/i pengguna Shopee di Kota Medan

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Manfaat teoritis dari hasil penelitian ini yaitu peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberikan pembelajaran kepada mahasiswa tentang

perilaku konsumtif yang banyak terjadi pada individu sendiri, maupun pada orang-orang yang berada di sekitar kehidupan yang tidak sadar memiliki suatu keinginan yang tidak terlalu penting bagi diri nya.

2. Serta diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai perilaku konsumtif dan dapat mengurangi tingkat perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah pemahaman dan wawasan bagi peneliti serta meningkatkan kemampuan dalam melakukan penelitian agar penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjut nya.

2. Bagi Mahasiswa

Untuk menambah pengetahuan tentang perilaku konsumtif dan faktor yang mempengaruhinya sehingga sering terjadi pada mahasiswa dan juga dapat membedakan mana keinginan dan yang mana kebutuhan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perilaku Konsumtif

2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif

Sumartono (2002) mengatakan bahwa perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas, artinya belum habis suatu produk dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lain atau membeli barang karena ada hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang yang menggunakan produk tersebut. Ancok (1995) menerangkan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, tidak jarang manusia lebih mementingkan faktor emosi daripada faktor rasionalnya atau lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan.

Perilaku konsumtif menurut Rosandi (2004) adalah suatu perilaku membeli yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional, tetapi karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional. Sementara Suyasa & Fransiska (2005), mendefenisikan perilaku konsumtif sebagai tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan, tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya

Berdasarkan pengertian perilaku konsumtif diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli barang dan jasa secara berlebihan tanpa pertimbangan rasional sehingga menimbulkan pemborosan demi mendapatkan kepuasan hasrat yang bersifat berlebihan.

2.1.2 Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (2002) secara indikator perilaku konsumtif terdiri dari 8 indikator

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah. Seorang konsumen yang membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.
2. Membeli produk karena kemasannya menarik. Konsumen sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna yang menarik. Artinya, motivasi konsumen membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus dengan rapi dan menarik.
3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. Konsumen memiliki keinginan membeli yang tinggi karena pada umumnya konsumen memiliki ciri khas dalam berpakaian, berdandan, dan sebagainya dengan tujuan agar konsumen selalu berpenampilan yang dapat menarik orang lain, konsumen membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.
4. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya). Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap mewah.
5. Membeli produk hanya menjaga simbol dan status. Konsumen memiliki kemampuan membeli yang tinggi, baik itu dalam hal berpakaian, berdandan, dan sebagainya, sehingga hal ini dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal yang memberikan kesan berasal dari kelas sosial yang tinggi. Dalam hal ini, konsumen membeli produk hanya karena dapat memberikan simbol status agar terlihat lebih keren dimata orang lain.

6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. Konsumen akan cenderung mengikuti perilaku tokoh yang diidolakannya dalam menggunakan segala sesuatu yang dipakai idolanya. Konsumen juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan apabila ia mengidolakan publik figure produk tersebut.

7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, konsumen sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan tersebut dapat meningkatkan rasa percaya diri.

8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda). Konsumen cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain daripada produk ia gunakan sebelumnya meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (2002) munculnya perilaku konsumtif disebabkan oleh dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal, dijelaskan sebagai berikut

1. Faktor Internal

Kepuasan untuk membeli suatu barang sangat dipengaruhi oleh motivasi, harga, observasi, proses belajar, kepribadian dan konsep diri

a. Motivasi

Motivasi merupakan pendorong perilaku seseorang tidak terkecuali dalam melakukan pembelian atau penggunaan jasa tersedia di pasaran.

b. Harga diri

Harga diri berpengaruh pada perilaku membeli. orang-orang dengan harga diri yang rendah akan cenderung lebih mudah dipengaruhi daripada orang-orang dengan harga diri tinggi.

c. Observasi

Sebelum seseorang mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, biasanya akan mendasarkan keputusannya pada pengamatan. Pengamatan dapat dilakukan berdasarkan pada pengalaman orang lain atau pengalaman sendiri di masa lalu mengenai suatu produk.

d. Proses belajar

Pembelian yang dilakukan oleh konsumen merupakan suatu rangkaian proses belajar bila ada pengalaman masa lalu yang menyenangkan dengan suatu barang yang dibelinya akan menentukan seseorang untuk membeli barang yang sama di masa yang akan datang. Sebaliknya, pengalaman yang kurang menyenangkan di masa lalu terhadap suatu barang akan memberikan pelajaran pada konsumen untuk tidak membeli di masa yang akan datang.

e. Kepribadian

Kepribadian dapat menentukan pola perilaku seseorang, yang yang dalam hal ini dapat dilihat dari tipe kepribadian orang tersebut.

f. Konsep diri

Konsep diri memuat ide persepsi dan sikap yang dimiliki oleh seseorang tentang dirinya sendiri.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif individu adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi serta keluarga.

a. Kebudayaan

Manusia dengan akal budinya telah mengembangkan berbagai macam sistem dari perilaku demi keperluan hidupnya. Flemming (Mangkunegara, 2002) mengatakan bahwa kebudayaan adalah hasil karya manusia, proses belajar, mempunyai aturan atau berpola, bagian dari masyarakat, menunjukkan kesamaan tertentu tetapi terdapat variasi dan terintegrasi secara keseluruhan.

b. Kelas Sosial

Pengelompokan masyarakat ini berdasarkan kriteria kekayaan, kekuasaan, kehormatan dan ilmu pengetahuan. Perilaku membeli antara kelas sosial yang satu akan berbeda dengan kelas sosial yang lain. pada umumnya seseorang dari golongan bawah akan menggunakan uangnya dengan lebih cermat sedangkan kelas sosial dari golongan atas akan cenderung lebih bebas dalam berbelanja. namun juga terkadang sebaliknya

c. Kelompok Referensi

Pengaruh kelompok referensi antara lain dalam menentukan produk dan merk yang mereka gunakan yang sesuai dengan aspirasi kelompok. Sementara itu, seseorang juga akan cenderung untuk melihat kelompok referensinya dalam menentukan produk yang akan dikonsumsinya. Kelompok referensi ini lebih kuat pengaruhnya pada seseorang karena akan membentuk kepribadian dan perilakunya.

d. Keluarga

Keluarga merupakan unit masyarakat terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan individu dalam mengambil keputusan untuk membeli (Mangkunegara, 2002). Keluarga menjadi sangat penting dalam perilaku konsumtif, karena keluarga adalah unit pemakai dan konsumsi untuk banyak produk. anggota keluarga memberikan pengaruh yang kuat dalam perilaku membeli, perilaku itu dapat berasal dari orang tua maupun anak-anak mereka.

2.1.4 Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Lina & Rosyid, (1997) antara lain :

1. Pembelian Impulsif (*Impulsive buying*)

Aspek ini menunjukkan bahwa seseorang yang berperilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat, yang dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional

2. Pemborosan (*Wasteful buying*)

Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku boros yaitu menghambur-hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas.

3. Mencari Kesenangan (*Non-rational buying*)

Perilaku konsumtif dilakukan bertujuan untuk mencari kesenangan. Salah satu cara yang dicari adalah kenyamanan fisik dimana dalam hal ini dilatar belakangi oleh sifat remaja yang akan merasa senang dan nyaman ketika dia memakai barang yang dapat membuatnya trendy.

2.2 Gaya Hidup

2.2.1 Pengertian Gaya Hidup

Menurut Engel dan Mowen (1995), gaya hidup adalah pola hidup yang menyangkut cara orang menggunakan waktu dan uangnya. Gaya hidup terdiri atas kegiatan (*activity*), minat (*interest*), opini (*opinion*). Sementara Alfred Adler, 1956 (dalam Jess Feist 2014) mengatakan bahwa gaya hidup adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan selera hidup seseorang. Gaya hidup mencakup tujuan seseorang, konsep diri, perasaan terhadap orang lain, dan sikap terhadap dunia. Gaya hidup adalah hasil interaksi antara keturunan atau bawaan lahir, lingkungan, dan daya kreatif yang dimiliki seseorang. Manusia dengan gaya hidup yang sehat dan bermanfaat secara sosial menunjukkan minat sosial mereka melalui tindakan. Mereka secara aktif berusaha mencari penyelesaian dari apa yang disebut dengan tiga masalah utama dalam kehidupan yaitu kasih, cinta secara seksual, dan pekerjaan.

Adler (1956) percaya bahwa manusia dengan gaya hidup yang bermanfaat secara sosial memperlihatkan bentuk kemanusiaan yang paling tinggi dalam proses evolusi dan bentuk ini sangat mungkin memenuhi dunia di masa depan. Yuniarti, (2015) gaya hidup merupakan gambaran bagi setiap orang yang mengenakannya dan menggambarkan seberapa besar nilai moral orang tersebut ke dalam masyarakat sekitarnya.

2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Ada beberapa faktor yang memengaruhi gaya hidup seseorang baik faktor internal maupun eksternal (Zakaria, 2016). Adapun faktor-faktor tersebut dapat dijelaskan oleh sebagai berikut

1. Faktor Internal

- a. Sikap, adalah cara seseorang dalam memberikan tanggapan terhadap suatu hal sesuai dengan keadaan yang dipikirkannya.
- b. Pengalaman dan Pengamatan, adalah cara seseorang dalam mengamati sesuatu.
- c. Kepribadian, adalah cara seseorang dalam melakukan suatu tindakan yang dapat dilihat dari diri individu.
- d. Konsep diri, adalah cara seseorang memandang dirinya sendiri akan menentukan minat seseorang terhadap suatu produk.
- e. Motif, jika motif seseorang terhadap kebutuhan itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup konsumtif.
- f. Persepsi, adalah cara seseorang dalam memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi yang didapat.

2. Faktor Eksternal

- a. Kelompok Referensi, adalah kelompok orang-orang yang dianggap mampu dan memiliki pengetahuan untuk memberikan pengaruh terhadap pembentukan sikap dan perilaku seseorang.
- b. Keluarga, merupakan peran terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu.
- c. Kelas Sosial, kelas sosial juga akan mempengaruhi gaya hidup seseorang, kelas sosial biasanya menggambarkan kedudukan seseorang yang dicapai dengan usaha yang sengaja maupun diperoleh sejak lahir.

d. Kebudayaan, artinya gaya hidup seseorang dapat dipengaruhi oleh kebudayaan dimana individu tinggal.

2.2.3 Aspek-Aspek Gaya Hidup

Menurut Engel dan Mowen,dkk (1995) aspek-aspek gaya hidup sebagai berikut:

(1) Kegiatan (activities), yaitu tindakan nyata yang dilakukan seseorang, seperti menonton suatu media, berbelanja, atau menceritakan kepada orang lain mengenai hal baru. Tindakan nyata ini juga yang dapat diamati seperti kegiatan sosial, hiburan, dan juga olahraga.

(2) Minat (interest) terhadap suatu objek, peristiwa, atau topik adalah tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus atau terus menerus. Minat juga merupakan tingkat kesenangan yang timbul secara khusus dan membuat seseorang memperhatikan suatu peristiwa, objek, atau topik tertentu.

(3) Pendapat (opinion) adalah “jawaban” lisan atau tertulis yang diberikan seseorang sebagai respons terhadap situasi stimulus atau pertanyaan yang diajukan. Stimulus tersebut dapat berupa isu sosial, produk, komunitas, olahraga, dan hiburan. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan, dan evaluasi seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain.

2.3 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif dapat diartikan dengan perilaku memakai, menggunakan dan membeli suatu produk secara berlebihan dimana akan menghilangkan skala prioritasnya dan hanya mementingkan keinginan dari pada

kebutuhan (Kurniawan, 2017). Sumartono dalam Anggraeni & Khasan (2018) juga mengungkapkan perilaku konsumtif ialah penggunaan suatu produk yang dilakukan berlebih-lebihan. Sementara itu menurut Sesurya (2019) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif ialah kegiatan yang cenderung mengkonsumsi barang secara berlebihan, dimana seseorang akan mengesampingkan faktor rasionalnya dan lebih mengutamakan faktor emosi. Berdasarkan definisi tersebut, maka perilaku konsumtif ialah kegiatan mengkonsumsi barang yang bertujuan untuk memenuhi keinginannya tanpa memperdulikan kebutuhan

Pemenuhan kebutuhan memang sangat penting untuk mengantarkan individu pada konsumsi dan menyenangkan terhadap hal yang bersifat konsumtif, misalnya suka berbelanja. Perilaku konsumtif adalah perilaku yang manusia yang melakukan kegiatan konsumsi secara berlebihan. Dalam arti luas konsumtif adalah perilaku boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas atau dapat diartikan sebagai gaya hidup bermewah-mewahan (Yuniarti, 2015)

Gaya hidup adalah kebiasaan tentang bagaimana seorang menghabiskan waktu, memanfaatkan waktu dan bagaimana menggunakan uangnya dalam memenuhi kesenangan dirinya. Gaya hidup hedonis menjadi salah satu pola hidup yang mengerikan dan membuat orang hanya memikirkan hal-hal yang disenanginya sehingga menjadi egois dalam mengatur hidupnya. Gaya hidup dipengaruhi oleh apa yang ada disekitarnya, seperti menjamurnya pusat perbelanjaan, manusia disekitarnya, kegiatan yang disukainya dan sebagainya (Auskarni, 2021).

Gaya hidup adalah ciri sebuah dunia modern. Oleh karena itu, siapapun yang hidup dalam masyarakat modern akan senantiasa mengalami perubahan pola perilaku. Salah satunya adalah perilaku konsumtif yang terjadi di Indonesia merupakan perubahan gaya hidup yang melanda kalangan remaja serta anak muda yang mayoritasnya adalah mahasiswa. Pola konsumtif ini pun kemudian dirasa sangat mengkhawatirkan manakala telah meninggalkan bahkan menghilangkan pola hidup produktif (Auskarni, 2021).

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah gaya hidup (Yuniarti, 2015). Masuk nya perilaku konsumtif akan membawa perubahan pada gaya hidup mahasiswa. Perilaku konsumtif mahasiswa yang mulai terbiasa lama-lama kelamaan mulai menjadi kebiasaan yang menjadikan sebuah gaya hidup. Hal ini membawa mahasiswa ke dalam tindakan yang mementingkan penampilan luar mereka, harga diri mereka, serta mengikuti perkembangan di lingkungan sekitar mereka agar setara. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Hawkins, (2007) bahwa gaya hidup seseorang mempengaruhi kebutuhan, keinginan, serta perilakunya termasuk perilaku membeli. Gaya hidup juga sering dijadikan motivasi dasar pedoman dalam membeli sesuatu. Hal ini berarti, individu dalam membeli suatu produk mengacu pada gaya hidup yang diikutinya.

Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zahra & Anoraga (2021) pada mahasiswa STIE Bank BPD Jawa Tengah dengan jumlah sampel sebanyak 70 mahasiswa dengan hasil yang menunjukkan bahwa variabel gaya hidup memiliki koefisien regresi sebesar 0,493, sehingga terdapat pengaruh positif

variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumtif yang artinya jika gaya hidup meningkat maka akan meningkat pula perilaku konsumtif nya.

Sejalan dengan penelitian sebelum nya yang telah dilakukan oleh Auskarni (2021) pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar dengan jumlah sampel sebanyak 96 mahasiswa, yang menunjukkan bahwa secara parsial variabel gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, sehingga menyimpulkan semakin tinggi gaya hidup mahasiswa maka semakin tinggi juga perilaku konsumtif nya.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Patricia & Handayani (2014) mengenai Pengaruh Gaya Hidup hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan X dengan jumlah sampel 39 orang. Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan ternyata ada pengaruh positif signifikan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada pramugari maskapai penerbangan X.

Kemudian penelitian selanjutnya dilakukan oleh Alamanda Y, (2018) yang meneliti tentang Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda dengan jumlah sampel 98 orang mahasiswa. Dari hasil analisis data yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dengan koefisien korelasi antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif sebesar 0.549 yang bertanda positif, artinya menunjukkan arah yang positif, yakni semakin tinggi gaya hidupnya maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya dan begitu pula

sebaliknya, bila gaya hidupnya rendah maka semakin rendah perilaku konsumtifnya

No	Peneliti Jurnal	Judul Penelitian	Gap/Masalah	Topik/ fokus/ tujuan penelitian	Konsep/ theoretical framework	Variabel	Metode (teknik analisis, alat ukur yang digunakan, dll)	Settings/ konteks/ sample	Temuan	Keterbatasan & saran untuk peneliti selanjutnya
1.	Dhea Raudyatuz Zahra, Pandji Anoraga	The Influence of Lifestyle, Financial Literacy, and Social Demographics on Consumptive Behavior	Perilaku konsumtif merupakan fenomena yang mempengaruhi kehidupan orang hari ini. Kebiasaan dan gaya hidup saat ini berkembang pesat berubah dalam waktu yang relatif singkat menuju menjadi lebih mewah dan berlebihan, misalnya dari segi penampilan yang dapat menimbulkan perilaku konsumtif	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor seperti gaya hidup, literasi keuangan, dan demografi sosial terhadap perilaku konsumtif.	Penelitian ini menganalisis pengaruh gaya hidup, literasi keuangan, dan demografi sosial terhadap perilaku konsumtif, sehingga TPB merupakan teori yang sangat penting sebagai dasar penelitian ini. Theory of Planned Behavior (TPB) menjelaskan bahwa konsumen perilaku dibentuk oleh sikap, norma	X1: Lifestyle X2:Financia l X3:Financia l Literacy X4:Social Demographi c Y:Consump tive Behavior	Data kuantitatif yang digunakan, dan metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Alat analisis dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Data diolah dengan menggunakan SPSS program 21	Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa STIE Bank BPD Jawa Tengah yang telah mengambil mata kuliah kewirausahaan I dan II, dengan jumlah mahasiswa sebanyak 230 orang, sedangkan sampel ditentukan dengan menggunakan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa; pengaruh positif variabel literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif siswa; dan pengaruh positif	Peneliti masa depan harus menambahkan variabel independen yang mempengaruhi perilaku konsumtif siswa; Itu harus lebih memperluas penelitian agar diperoleh lebih lengkap informasi tentang perilaku konsumtif siswa dengan meningkatkan

					<p>subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (PBC) yang membentuk niat. Niat kemudian mempengaruhi bagaimana seseorang berperilaku (Terry, 2004). Teori ini membentuk dasar dari studi saat ini yang menganalisis pengaruh niat pada perilaku pembelian online. Model ini dikembangkan oleh Ajzen (1991) untuk memperbaiki kekuatan prediksi dari</p>			<p>teknik accidental sampling dan menggunakan rumus Slovin diperoleh 70 sampel //</p>	<p>sosial demografi terhadap konsumtif mahasiswa perilaku. Variabel yang paling dominan mempengaruhi perilaku konsumtif adalah variabel X3 (sosial demografi) dengan koefisien regresi nilai 0,510, diikuti oleh variabel X1 (gaya hidup) dan variabel X2 (literasi keuangan)/</p>	<p>jumlah sampel dan beberapa objek kampus</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	---	--	--

					<p>Theory of Reasoned Action (TRA), dengan menambahkan variabel PBC. Teori ini mendalilkan bahwa sikap, norma subjektif, dan PBC bersama-sama membentuk niat dan perilaku. Sikap adalah evaluasi positif atau negatif seseorang terhadap sebuah perilaku. Konsepnya adalah sejauh mana perilaku dinilai positif atau negatif. Norma subjektif adalah</p>					
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

					persepsi seseorang perilaku tertentu, dimana persepsi ini dipengaruhi oleh penilaian orang-orang di sekitarnya yang dianggap berpengaruh, seperti orang tua, pasangan, teman, dan mentor					
2.	Ririn Eka Fariana , Bayu Surindra , Zainal Arifin	The Influence of Financial Literacy, Lifestyle and Self-Control on the Consumption Behavior of Economic Education Student	Fenomena seperti ini menjadi ancaman yang sangat serius, terutama tidak hanya pada orang dewasa tetapi juga di remaja. Hal ini karena	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan literasi keuangan dan gaya hidup serta pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif	Perilaku konsumtif adalah perilaku yang mengkonsumsi secara berlebihan dan pasti mengutamakan suatu keinginan atau bisa juga	X1: Financial Literacy X2:Lifestyle X3:Self Control Y:Consumption Behavior	Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif pendekatan serta penelitian deskriptif teknik dan regresi linier berganda	Pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive teknik pengambilan sampel berjumlah 46 siswa	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keuangan literasi memiliki efek positif dan memiliki	

			<p>seseorang Pola konsumsi terbentuk ketika dia remaja. Tahap akhir masa remaja adalah pada usia 18-21 tahun, ini adalah usia yang bertepatan dengan periode transisi dan mencari jati diri, dimana pada usia ini remaja mencari dan berusaha untuk mencapai suatu cita-cita pola diri dan mengalami proses pembentukan perilaku, Konsumtif perilaku pada siswa jika</p>	<p>Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNP Kediri.</p>	<p>disebut a gaya hidup mewah. Keinginan untuk membeli ini sesuatu muncul karena melihat iklan, dan mudah tergoda oleh rayuan dalam iklan. Selain itu, itu juga terjadi karena teman atau follow suasana hati atau tren yang berkembang saat ini waktu dan seringkali seseorang mengutamakan gengsi maju sehingga mereka tidak merasa ketinggalan zaman.</p>				<p>nilai signifikan pada konsumtif siswa perilaku, hal ini dapat dilihat pada nilai Sig 0,027 <0,05. Gaya hidup ini memiliki efek positif dan memiliki nilai yang signifikan pada konsumtif perilaku siswa, hal ini terlihat pada nilai Sig 0,038 < 0,05. Pengendali</p>	
--	--	--	--	---	--	--	--	--	--	--

		<p>dijalankan terus menerus tanpa kendali atas mereka akan berdampak negatif. salah satu dari dampak negatif dari perilaku konsumtif adalah mengurangi kesempatan untuk menabung atau menyia-nyiakkan, cenderung tidak memikirkan kebutuhan, dan menyebabkan kecemburuan sosial. Gaya hidup ini cenderung menunjukkan konsumsi pola yang dapat mencerminkan</p>		<p>Perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Literasi keuangan merupakan pengetahuan dan pemahaman dalam mengelola keuangan dengan tepat; oleh karena itu pendidikan sangat mendukung untuk dimiliki pengetahuan dan pemahaman yang berkaitan dengan literasi keuangan. Gaya hidup adalah</p>			<p>an diri memiliki berpengaruh positif dan memiliki nilai signifikan juga terhadap perilaku konsumtif siswa, hal ini dapat dilihat pada nilai Sig $0,002 < 0,05$. Literasi keuangan, gaya hidup dan pengendalian diri telah pengaruh yang signifikan</p>	
--	--	---	--	--	--	--	---	--

			<p>pilihan seseorang dan bagaimana membelanjakan uangnya. Gaya hidup ini sudah menjadi kebiasaan seseorang untuk berubah gaya yang relatif pendek dan cenderung terlalu jauh seiring dengan perkembangan smartphone teknologi, perdagangan elektronik dan sosial media. Pengendalian diri menggambarkan suatu keputusan individu yang melalui</p>		<p>bagaimana individu hidup, termasuk bagaimana individu menggunakan uang mereka dan mengalokasikan waktu mereka. Karena seringkali seseorang mengungkapkan nya ke dalam suatu kegiatan, kepentingan dan pendapat yang memiliki hubungan langsung mempengaruhi perilaku seseorang. Kontrol diri adalah bentuk individu keterampilan dalam kepekaan</p>				<p>dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa, hal ini dapat terlihat pada nilai Sig 0,000 < 0,05.</p>	
--	--	--	---	--	--	--	--	--	---	--

			<p>penilaian kognitif untuk menyatakan perilaku yang telah terstruktur dapat meningkatkan hasil dan tujuan. Pengendalian diri ini memiliki kedekatan hubungan dengan emosi seseorang dimana individu mampu mengontrol emosi dan mengendalikan diri dengan baik</p>		<p>untuk membaca situasi dan lingkungan. Adapun untuk mengendalikan dan mengelola faktor perilaku seseorang dalam sesuai dengan kondisi dalam penyajian dirinya untuk bersosialisasi dan mengontrol perilaku</p>					
3.	Yarian Alamanda	Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif	<p>Disalah satu kampus tertua di Kalimantan yaitu Universitas Mulawarman. Hasil survei yang dilakukan</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga diri dan gaya hidup terhadap</p>	<p>1. Menurut Sumartono (2002) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai perilaku yang</p>	<p>X1 : Harga Diri X2 : Gaya Hidup Y : Perilaku Konsumtif</p>	<p>Metode pengumpulan data yang digunakan adalah skala perilaku konsumen, harga diri dan</p>	<p>Subjek penelitian ini adalah 98 siswa yang dipilih dengan mengguna</p>	<p>1. Terdapat pengaruh harga diri dan gaya hidup terhadap perilaku</p>	<p>1. Bagi mahasiswa disarankan untuk mengurangi gaya hidup hedonis agar</p>

			<p>oleh peneliti pada tanggal 16- 29 Maret 2018 tentang perspektif mahasiswa Universitas Mulawarman perihal Fakultas yang memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif, didapatkan hasil dari 274 responden bahwa memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan 45 persen, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik 21,8 persen, dan tidak tahu 13</p>	<p>perilaku konsumen pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda</p>	<p>tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi</p> <p>2. Menurut Santrock (2011) salah satu perkembangan psikologis yang dialami oleh remaja adalah perkembangan sosio-emosi yang salah satunya adalah harga diri, yang</p>		<p>gaya hidup. Data yang terkumpul dianalisis dengan uji regresi linier berganda dengan bantuan program Statistical Package for Social Sciences (SPSS) 21.0 for Window</p>	<p>kan teknik simple random sampling</p>	<p>konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman. 2. Tidak terdapat pengaruh harga diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman. 3. Terdapat pengaruh antara gaya hidup</p>	<p>terhindar dari perilaku konsumtif. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan mengurangi aktivitas berbelanja yang didasari oleh hasrat tiba-tiba, menghamburkan dana yang tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas, dan berbelanja demi kesenangan</p>
--	--	--	---	--	--	--	--	--	---	---

			<p>persen, dan sisanya menjawab dengan beragam berbagai fakultas</p>		<p>merupakan keseluruhan cara yang digunakan untuk mengevaluasi diri kita, dimana harga diri merupakan perbandingan antara ideal-self dengan real-self</p> <p>3. Menurut Kotler dan Armstrong (2008) gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang yang diwujudkan dalam aktivitas, minat dan opininya. Orang yang berasal dari sub budaya, kelas sosial</p>			<p>terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman</p>	<p>semata.</p> <p>2. Bagi Orang Tua Bagi orang tua hendaknya peduli dengan kondisi perkembangan mahasiswa. Hal ini dapat dilakukan dengan lebih mengenal dan memahami pribadi mahasiswa, mengenal baik lingkungan pergaulan maupun interaksi</p>
--	--	--	--	--	---	--	--	---	--

					dan pekerjaan yang sama mungkin mempunyai gaya hidup yang berbeda					sosial mahasiswa di luar keluarga. Selain itu, orang tua juga diharapkan mampu mengarahkan, membimbing, dan mendidik dengan cara mengedukasi untuk pentingnya menabung dan hidup hemat. 3. Peneliti Selanjutnya Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik
--	--	--	--	--	---	--	--	--	--	--

										untuk melakukan penelitian dengan tema yang sama, disarankan untuk sebaiknya menggunakan hal-hal berikut ini: a. Metode Kualitatif b. Menggunakan variabel konformitas dan gaya hidup hedonis
4	Nesa Lydia Patricia, Sri Handayani	Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari	Dari hasil wawancara peneliti dengan LS seorang Pramugari Maskapai Penerbangan "X" ia	Penelitian ini melihat pengaruh positif gaya hidup terhadap gaya hidup hedonis pada Pramugari	Kecenderungan perilaku konsumtif dipengaruhi oleh beberapa faktor yang pada intinya dapat	X1:Gaya Hidup Hedonis Y:Perilaku Konsumtif Pada Pramugari	Teknik sampling yang digunakan adalah sampel jenuh. Instrumen penelitian berupa kuesioner gaya hidup hedonis	Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif korelasional, dengan melibatkan n 39 orang	Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan terdapat	Berdasarkan gambaran faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dan gaya

		Maskapai Penerbangan "X"	menuturkan bahwa pendapatan Pramugari berkisar dari 10 sampai dengan 20 juta perbulan dengan pengeluaran terbesar untuk perawatan kecantikan dan berbelanja. Ia kerap kali berbelanja barangbarang mewah yang berasal dari luar negeri yang branded. Pembelian barang bermerek dan mewah yang berasal dari luar negeri dianggap dapat	Maskapai Penerbangan "X"	dibedakan menjadi dua faktor, yaitu faktor eksternal dan faktor internal (Engel, Blackwell & Miniard, 1995; Kotler, 2006). Salah satu faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah gaya hidup. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Triyaningsih bahwa kebanyakan orang yang melakukan perilaku konsumtif		dan perilaku konsumtif. Masing-Masing kuesioner memiliki tingkat reliabilitas (α) 0,884 untuk gaya hidup hedonis dengan 41 item valid dan (α) 0,928 untuk perilaku konsumtif dengan 27 item valid.	pramugari Maskapai Penerbangan "X. Teknik sampling yang digunakan adalah sampel jenuh. Instrumen penelitian berupa kuesioner gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif	pengaruh positif gaya hidup hedonis secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X". Hal ini mengandung pengertian semakin tinggi gaya hidup hedonis maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif pada	hidup hedonis yang diukur pada penelitian ini, faktor lama bekerja, penghasilan, usia, dan status pernikahan tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku konsumtif.
--	--	--------------------------	---	--------------------------	--	--	--	--	---	---

			<p>meningkatkan status sosial seseorang. LS gemar berbelanja barang-barang bermerek dengan harga relatif mahal untuk kepuasan dirinya dan demi menunjang penampilannya yang notabene membawa image dari perusahaan tempat dia bekerja menjalani profesi sebagai Pramugari</p>		<p>dikarenakan keinginan mengikuti trend gaya hidup. (Triyaningsih, 2011)</p>				<p>Pramugari Maskapai Penerbangan “X” dan Gaya Hidup Hedonis memberikan kontribusi terhadap perilaku Konsumtif pada Pramugari Maskapai Penerbangan “X” sebesar 41,1%. Kedua berdasarkan hasil kategorisasi pada Gaya Hidup Hedonis</p>	
--	--	--	---	--	---	--	--	--	--	--

									<p>diketahui bahwa responden dengan gaya hidup hedonis tinggi (48,7%) lebih banyak bila dibandingkan dengan responden yang memiliki gaya hidup hedonis sedang (15,4%) dan rendah (35,9%). Sama halnya dengan hasil kategorisa</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--	--	---	--

									si perilaku konsumtif responden yang memiliki perilaku konsumtif tinggi (48,7%) lebih banyak bila dibandingkan dengan responden yang memiliki perilaku konsumtif sedang (15,4%) dan rendah (35,9%).	
5	Haruna,H., Khaidarsa h.	Pengaruh Gaya Hidup Dan Konsep Diri	Mahasiswa yang merupakan akademisi	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui	(Cahyani, 2016; Sarwoko, 2008). Teori	X1: Gaya Hidup X2: Konsep Diri	Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif	populasi dalam penelitian ini adalah	Hasil penelitian ini menunjuk	Penelitian ini dapat digunakan sebagai

		<p>Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi STKIP Pembangunan Indonesia Makassar.</p>	<p>harus memprioritaskan kebutuhan akademiknya untuk mendukung proses kuliah justru karena zaman sudah terlena dengan gaya hidup konsumtif. Kurangnya kesadaran untuk menentukan skala prioritas dalam membeli suatu produk pada akhirnya berdampak pada pembelian atau konsumsi suatu produk yang bukan merupakan</p>	<p>ada tidaknya pengaruh gaya hidup dan konsep diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi STKIP Pembangunan Indonesia Makassar.</p>	<p>tentang tingkat pemenuhan kebutuhan seolah-olah diabaikan mengikuti tren yang pada akhirnya berdampak pada kurangnya kesadaran dalam menentukan prioritas dalam berbelanja atau bisa dikatakan remaja terkadang lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan yang lebih penting. Berdasarkan</p>	<p>Y: Perilaku Konsumtif</p>	<p>kuantitatif, yaitu penelitian yang menggunakan data berupa angka-angka yang dianalisis menggunakan analisis statistik.</p>	<p>604 mahasiswa aktif untuk tahun ajaran 2020-2021. Sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 60 mahasiswa .</p>	<p>kan bahwa secara simultan Gaya Hidup dan Konsep Diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan nilai signifikansi 0,004. Sedangkan secara parsial Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku</p>	<p>referensi untuk mengetahui gaya hidup mahasiswa di bidang pendidikan tinggi karena penelitian sebelumnya fokus pada penelitian tingkat menengah ke atas.</p>
--	--	---	--	---	--	------------------------------	---	---	--	---

			<p>kebutuhan yang terlalu penting bagi seorang pelajar. Perilaku konsumtif tentunya akan berdampak negatif bagi seseorang, salah satunya jika perilaku tersebut tidak didukung oleh keseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran. Perilaku ini akan membawa masalah ekonomi bagi dirinya dan keluarganya.</p>		<p>aspek-aspek yang terdapat dalam teori Erich Fromm (Kholilah, 2008). Gaya hidup adalah cara siswa menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting di lingkungan mereka (minat), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan dunia di sekitar mereka. (Sarwoko, 2008; Solihat & Arnasik, 2018;</p>				<p>Konsumtif dengan nilai signifikansi 0,010 dan Konsep Diri tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif dengan nilai signifikansi 0,297.</p>	
--	--	--	---	--	--	--	--	--	--	--

					<p>Kanserina, 2015). Konsep diri adalah gambaran yang dimiliki seseorang tentang dirinya yang terbentuk melalui pengalaman yang diperoleh dari interaksi dengan lingkungan (Trisnawati, 2017; Suminar & Meiyuntari, 2016; Mawo et al., 2017). Perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional, tetapi karena</p>					
--	--	--	--	--	---	--	--	--	--	--

					keinginan yang sudah mencapai tingkat irasional (Anggraini & Santhoso, 2019; Yungga & Susanti, 2019).					
6.	Gunawan, A., & Carissa, A. F. (2021).	The Effect Of Financial Literature and Lifestyle on Student Consumption Behavior: (Student Case Study Department Of Management Faculty Of Economics And Business Universitas Muhammadiyah Sumatera	Menurut (Asisi & Purwantoro, 2020) Perilaku konsumtif adalah tindakan irasional dan kompulsif yang secara ekonomis menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Tindakan konsumsi irasional dan kompulsif	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah	Penelitian ini menganalisis pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Menurut (Dikria & W, 2016) masa remaja adalah pada usia 13-21 tahun, pada usia ini merupakan masa transisi	X1: Literasi Keuangan X2: Gaya Hidup Y: Perilaku Konsumtif	Metode yang digunakan adalah penelitian survei. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dan asosiatif. Tempat penelitian ini adalah di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas	Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang beralamat di Jl. Kapten Muchtar	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan variabel Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif	Mahasiswa disarankan untuk selalu belajar dan peka terhadap informasi keuangan agar memiliki literasi keuangan yang cukup tinggi sehingga dapat terhindar dari

		Utara)	dapat digambarkan sebagai ketika individu membeli barang atau jasa tidak berdasarkan prioritas kebutuhan tetapi hanya memenuhi keinginan dan keinginan mereka. Perkembangan teknologi komunikasi, elektronik dan komunikasi keuangan juga mendukung masyarakat memiliki akses yang tidak terbatas terhadap informasi	h Sumatera Utara,	dan pencarian jati diri, remaja mengalami proses pembentukan dalam perilakunya, dimana remaja mencari dan berusaha untuk mencapainya. pola diri yang ideal. Hal ini menyebabkan remaja mudah terpengaruh oleh berbagai hal di sekitarnya, baik positif maupun negatif. Fakta yang sering dijumpai saat ini adalah kecenderungan		Ekonomika dan Bisnis yang beralamat di Jl. Kapten Muchhar Basri, Medan.	Basri No.3, Medan sebanyak 82 mahasiswa . 22 tahun sebanyak 57 responden dan 23 tahun sebanyak 4 responden. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi literasi keuangan dan gaya hidup	Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan Literasi Keuangan dan Gaya	masalah keuangan dan mengurangi gaya hidup yang berlebihan agar tidak berperilaku boros.
--	--	--------	--	-------------------	---	--	---	--	--	--

			<p>mengenai produk atau jasa yang diinginkan sehingga mudah terpengaruh untuk bertindak konsumtif. Fenomena ini akan menjadi ancaman serius bila terjadi tidak hanya pada orang dewasa tetapi juga pada remaja. Karena pola konsumsi setiap orang terbentuk ketika mereka remaja.</p>		<p>mahasiswa yang merupakan remaja akhir tahun untuk meniru gaya hidup konsumtif yang kekinian. Pelajar sebagai remaja lebih suka berbelanja, membeli barang untuk memenuhi kebutuhan sosial atau sosial dan untuk tampil modis dan mengikuti tren saat ini. Gaya hidup siswa dapat berubah, tetapi perubahan ini bukan</p>				<p>Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara</p>	
--	--	--	---	--	---	--	--	--	--	--

					<p>disebabkan oleh perubahan kebutuhan tetapi keinginan. Pada masa pubertas, bukan lagi orang tua yang menjadi model, tetapi orang-orang seusia yang menjadi model utama (Kanserina et al., 2015). Mahasiswa ingin menunjukkan diri bahwa mereka juga mengikuti tren yang sedang menjadi sorotan.</p>					
--	--	--	--	--	---	--	--	--	--	--

2.4 Kerangka Konseptual



Keterangan :

X : Gaya Hidup

Y : Perilaku Konsumtif

2.5 Hipotesis

Ha : Ada Pengaruh antara Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa/i pengguna Shopee di Kota Medan

Ho : Tidak Ada Pengaruh antara Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa/i pengguna Shopee di Kota Medan

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mendapatkan jawaban pemecahan masalah terhadap fenomena-fenomena tertentu. Menurut Sugiyono, (2014) penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.1 Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau obyek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek lain (Hatch dan Farhady, 1981 dalam Sugiyono, 2014).

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (X): Gaya Hidup
2. Variabel Terikat (Y): Perilaku Konsumtif

3.2 Defenisi Operasional

3.2.1 Gaya Hidup

Gaya hidup adalah suatu perilaku individu yang menunjukkan ketertarikan dan aktivitas untuk menghabiskan waktu serta uangnya. Gaya hidup sangatlah berpengaruh terhadap lingkungan sosial individu. Gaya hidup disusun dari 3 aspek gaya hidup Engel & Mowen (1995)

yaitu: (1) Activities, tindakan yang dilakukan seseorang yang meliputi rutinitas sehari-hari, (2) Interest, tingkat kegairahan yang membawa perhatian khusus secara terus menerus, (3) Opinion, jawaban lisan atau tulisan individu sebagai respon dari stimulus yang di berikan.

3.2.2. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli pada individu dalam mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan, yang tidak didasarkan oleh kebutuhan namun lebih di dasari oleh faktor keinginan untuk mencapai kepuasan sehingga menimbulkan adanya pemborosan. Kecenderungan perilaku konsumtif dapat dilihat dari skala yang berdasarkan indikator menurut Sumartono (2002), indikator perilaku konsumtif meliputi 8 indikator, diantaranya yaitu: (1) Membeli produk karena iming-iming hadiah,(2) membeli produk karena kemasannya menarik,(3) membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi,(4) membeli produk karena pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaatnya), (5) membeli barang hanya sekedar simbol status, (6) menggunakan produk yang digunakan oleh public figur yang di idolakan,(7) munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, (8) mencoba dua produk yang sejenis (merk berbeda)

3.3. Subyek Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan subjek dengan kriteria sebagai berikut:

1. Berusia 18-25 tahun
2. Mahasiswa aktif di Kota Medan
3. Pengguna aktif Aplikasi Shopee

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2014), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah mahasiswa/i aktif yang sedang berkuliah di Kota Medan.

3.4.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2014), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*. Simple random sampling merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi (Sugiyono, 2014).

Tabel 3.1 Tabel Isaac dan Michael

N	e			N	e			N	e		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	200	197	195	193	2000	1972	1954	1937
15	15	15	15	250	247	245	243	2500	2472	2454	2437
20	20	20	20	300	297	295	293	3000	2972	2954	2937
25	25	25	25	350	347	345	343	3500	3472	3454	3437
30	30	30	30	400	397	395	393	4000	3972	3954	3937
35	35	35	35	450	447	445	443	4500	4472	4454	4437
40	40	40	40	500	497	495	493	5000	4972	4954	4937
45	45	45	45	550	547	545	543	5500	5472	5454	5437
50	50	50	50	600	597	595	593	6000	5972	5954	5937
55	55	55	55	650	647	645	643	6500	6472	6454	6437
60	60	60	60	700	697	695	693	7000	6972	6954	6937
65	65	65	65	750	747	745	743	7500	7472	7454	7437
70	70	70	70	800	797	795	793	8000	7972	7954	7937
75	75	75	75	850	847	845	843	8500	8472	8454	8437
80	80	80	80	900	897	895	893	9000	8972	8954	8937
85	85	85	85	950	947	945	943	9500	9472	9454	9437
90	90	90	90	1000	997	995	993	10000	9972	9954	9937
95	95	95	95	1050	1047	1045	1043	10500	10472	10454	10437
100	100	100	100	1100	1097	1095	1093	11000	10972	10954	10937
110	110	110	110	1200	1197	1195	1193	12000	11972	11954	11937
120	120	120	120	1300	1297	1295	1293	13000	12972	12954	12937
130	130	130	130	1400	1397	1395	1393	14000	13972	13954	13937
140	140	140	140	1500	1497	1495	1493	15000	14972	14954	14937
150	150	150	150	1600	1597	1595	1593	16000	15972	15954	15937
160	160	160	160	1700	1697	1695	1693	17000	16972	16954	16937
170	170	170	170	1800	1797	1795	1793	18000	17972	17954	17937
180	180	180	180	1900	1897	1895	1893	19000	18972	18954	18937
190	190	190	190	2000	1997	1995	1993	20000	19972	19954	19937
200	200	200	200	2100	2097	2095	2093	21000	20972	20954	20937
220	220	220	220	2300	2297	2295	2293	23000	22972	22954	22937
240	240	240	240	2500	2497	2495	2493	25000	24972	24954	24937
260	260	260	260	2700	2697	2695	2693	27000	26972	26954	26937
280	280	280	280	2900	2897	2895	2893	29000	28972	28954	28937
300	300	300	300	3100	3097	3095	3093	31000	30972	30954	30937
320	320	320	320	3300	3297	3295	3293	33000	32972	32954	32937
340	340	340	340	3500	3497	3495	3493	35000	34972	34954	34937
360	360	360	360	3700	3697	3695	3693	37000	36972	36954	36937
380	380	380	380	3900	3897	3895	3893	39000	38972	38954	38937
400	400	400	400	4100	4097	4095	4093	41000	40972	40954	40937
420	420	420	420	4300	4297	4295	4293	43000	42972	42954	42937
440	440	440	440	4500	4497	4495	4493	45000	44972	44954	44937
460	460	460	460	4700	4697	4695	4693	47000	46972	46954	46937
480	480	480	480	4900	4897	4895	4893	49000	48972	48954	48937
500	500	500	500	5100	5097	5095	5093	51000	50972	50954	50937

Untuk menentukan besar sampel yang diperlukan dalam ini, peneliti menggunakan tabel penentuan sampel yang dikembangkan oleh *Isaac dan Michael* dengan jumlah $N = \infty$ menggunakan tingkat kesalahan 5%. Maka jumlah sampel yang digunakan berdasarkan tabel adalah sebesar 349 orang. Jumlah dari sampel ini diharapkan dapat mewakili karakteristik dari populasi.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam memperoleh data penelitian ini adalah dengan menggunakan skala psikologi, dimana responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya. Skala psikologi adalah suatu prosedur pengambilan data yang kontrak mengungkapkan konsep psikologi yang menggambarkan aspek kepribadian individu (Azwar, 2011). Skala psikologi adalah instrumen pengukuran untuk mengidentifikasi kontrak psikologis. Penskalaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah

skala likert. Dalam skala likert, terdapat dua arah item yaitu item favorable dan item unfavorable. Skala penelitian ini berbentuk pilihan dan setiap butir item diberikan empat pilihan jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS) dengan jawaban *favorabel* bernilai 4,3,2,1 dan jawaban *unfavorabel* bernilai 1,2,3,4.

Tabel 3.2 Kriteria Penilaian Skala Likert

Pilihan Jawaban	Item Favorabel	Item Unfavorable
SS	4	1
S	3	2
TS	2	3
STS	1	4

3.6 Pelaksanaan Penelitian

Prosedur pelaksanaan pada penelitian ini dilakukan selama dua tahap, yaitu sebagai berikut:

3.6.1 Tahap Persiapan

Peneliti merencanakan dan mempersiapkan langkah yang untuk menyusun instrumen penelitian yang ingin diteliti. Pada tahap ini peneliti menyusun skala dengan membuat *blueprint*. Kemudian dioperasionalkan dalam bentuk item-item pernyataan berdasarkan aspek yang sudah ditentukan. Langkah-langkahnya sebagai berikut :

a. Pembuatan Alat Ukur

Dalam penelitian ini terdapat dua alat ukur Psikologi yang dipakai berbentuk skala yang terdiri dari beberapa item, diantaranya :

1. Skala Gaya Hidup

Skala gaya hidup disusun berdasarkan beberapa aspek yang dikemukakan oleh Engel & Mowen, (1995) yang diantaranya yaitu *activities, interest, opinion*.

Tabel 3.3 *Blueprint* Gaya Hidup Sebelum Uji Coba

No	Aspek	Indikator	Item		Jumlah
			Favorabel	Unfavorabel	
1.	Activities	Kegiatan yang dilakukan untuk mengisi waktu luang	1,4,8,11	14,15,19,24	8
2.	Interest	Bentuk ketertarikan dalam menghabiskan waktu dan uangnya	2,5,7,12	13,17,20,23	8
3.	Opinion	Pandangan dalam memberikan tanggapan terhadap suatu topik	3,6,9,10	16,18,21,22	8
Total					24

2. Skala Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif disusun berdasarkan beberapa indikator yang dikemukakan oleh Sumartono,2002 yang diantaranya: membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi, embeli produk karena pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaatnya), membeli barang hanya sekedar simbol status, menggunakan produk yang digunakan oleh public figur yang di idolakan, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, mencoba dua produk yang sejenis (merk berbeda).

Tabel 3.4 *Blueprint* Perilaku Konsumtif Sebelum Uji Coba

No	Indikator	Item	Jumlah
----	-----------	------	--------

		Favorabel	Unfavorabel	
1.	Membeli produk karena iming-iming hadiah	1,3,5	25,29,31	6
2.	Membeli produk karena kemasannya menarik	4,6,9	27,30,33	6
3.	Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi	2,7,8	26,28,32	6
4.	Membeli produk karena perimbangan harga (bukan atas dasar manfaatnya)	10,15,16	34,37,38	6
5.	Membeli produk hanya menjaga simbol dan status	11,17,19	35,39,40	6
6.	Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan	12,13,14	36,42,44	6
7.	Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri	18,22,24	41,45,46	6
8.	Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)	20,21,23	43,47,48	6
	Total			48

Dalam penelitian ini, peneliti terlebih dahulu melakukan uji coba alat ukur pada 50 orang mahasiswa pengguna aplikasi shopee di kota Medan. Pelaksanaan uji coba ini dilakukan pada tanggal 08 Agustus-12 Agustus 2022.

3.6.2 Tahap Uji Coba

Setelah melakukan pembuatan alat ukur dalam bentuk *table blue print*, maka tahap selanjutnya yang dilakukan adalah melaksanakan uji coba alat ukur. Sebelum instrumen penelitian digunakan menjadi alat ukur, diperlukan uji coba penelitian terlebih dahulu tujuannya adalah untuk menguji setiap alat ukur yang telah disusun apakah sudah menghasilkan item yang baik. Setiap alat ukur yang baik, adalah alat ukur yang mampu memberikan informasi yang dapat dipercaya, reliable, validitas dan praktis.

Setelah melakukan uji coba, maka hasil yang diperoleh akan di analisis dengan menggunakan program SPSS *for window* untuk mengetahui reliabilitas dan validitas dari kedua skala yang telah disusun. Setelah itu, item akan diseleksi. Untuk item yang tidak lolos akan dihilangkan dan tiap item yang lolos uji coba akan disusun kembali untuk dilakukan pengujian kedua setelah uji coba dan digunakan kembali pada saat pelaksanaan penelitian yang sesungguhnya.

3.6.2.1 Skala Gaya Hidup Setelah Uji Coba

Dari hasil komputerisasi melalui program *SPSS for Windows Release 26*, peneliti mendapatkan hasil reliabilitas untuk skala Gaya Hidup sebesar 0,896 dengan jumlah item 23. Sehingga blueprint setelah uji coba adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5 Blueprint Gaya Hidup Setelah Uji Coba

No	Aspek	Indikator	Item		Jumlah
			Favorabel	Unfavorabel	
1.	Activities	Kegiatan yang dilakukan untuk mengisi waktu luang	1,4,8,11	14,15,19	7
2.	Interest	Bentuk ketertarikan dalam menghabiskan waktu dan uangnya	2,5,7,12	13,17,20,23	8
3.	Opinion	Pandangan dalam memberikan tanggapan terhadap suatu topik	3,6,9,10	16,18,21,22	8
Total					23

3.6.2.2 Skala Perilaku Konsumtif Setelah Uji Coba

Dari hasil komputerisasi melalui program *SPSS for Windows Release 26*, peneliti mendapatkan hasil reliabilitas untuk skala Perilaku Konsumtif sebesar 0,935 dengan jumlah item 42. Sehingga blueprint setelah uji coba adalah sebagai berikut:

Tabel 3.6 *Blueprint* Perilaku Konsumtif Setelah Uji Coba

No	Indikator	Item		Jumlah
		Favorabel	Unfavorabel	
1.	Membeli produk karena iming-iming hadiah	1,3,5	-	3
2.	Membeli produk karena kemasannya menarik	4,6,9	27,30,33	6
3.	Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi	2,7,8	26,28,32	6
4.	Membeli produk karena perimbangan harga (bukan atas dasar manfaatnya)	10,15,16	34,37,38	6
5.	Membeli produk hanya menjaga simbol dan status	11,17,19	39,40	5
6.	Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan	12,13,14	36,42,44	6
7	Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri	18,22,24	41,45	5
8.	Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)	20,21,23	43,47	5
	Total			42

3.6.3 Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan, peneliti akan membagikan kuesioner lewat *whatsapp* dan *sosial media lainnya* yang berisikan item yang sudah valid kepada Mahasiswa aktif yang berdomsili di Kota Medan melalui media *google form*. Peneliti akan memberikan satu kali kesempatan pada tiap mahasiswa untuk mengisi *form* tersebut.

3.7. Validitas dan Realibilitas

3.7.1. Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa

yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2014). Penelitian ini menggunakan validitas konstruk (Construct Validity). Validitas konstruk yaitu tingkat validitas ketika terdapat konsistensi antar komponen konstruk yang satu dengan yang lain. Validitas ini dicapai dengan menguji konsistensi antara konsep (dan variabel) yang dioperasionalkan dengan hipotesis atau teori (Weber, 1990 dalam Nanang. M, 2016).

3.7.2. Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2014). Pada penelitian ini, koefisien reliabilitas skala dihitung dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Dalam penelitian ini, peneliti terlebih dahulu melakukan uji coba alat ukur, uji coba ini dilakukan pada tanggal 08 Agustus 2022. Uji coba alat ukur ini dilakukan kepada beberapa mahasiswa di kota Medan, waktu yang digunakan peneliti dalam proses selama uji coba alat ukur dilakukan selama 4 hari, kemudian peneliti mengolah data yang diperoleh dengan menggunakan SPSS 2.6

Hasil yang diperoleh dari pengolahan data tersebut yaitu pada variabel independen dalam penelitian ini diperoleh *Alpha Cronbach's* sebesar 0,896. Dari analisis data hasilnya alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini, jumlah item untuk variabel independen sebanyak 23 item. Kemudian pada variabel dependen penelitian ini diperoleh nilai *Alpha Cronbach's* sebesar 0,935. Dari analisis data pada akhirnya alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini, jumlah item untuk variabel dependen sebanyak 42 item.

3.8 Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik.

3.8.1 Uji Asumsi

- a. Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi Data dalam variabel yang digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dan penelitian data yang memiliki distribusi normal normal dapat dilihat dengan menggunakan uji *one sample kolmogorov smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila signifikansi nya lebih dari 0,05.
- b. Uji linearitas bertujuan untuk melihat apakah pengaruh harga gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mengikuti garis linear atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *Test For Linearity* dalam program *SPSS 26.0 for Windows*. Dua variabel dikatakan mengikuti garis lurus jika memiliki nilai signifikansi atau probabilitas yang diperoleh lebih kecil dari 0,05.

3.8.2 Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linier sederhana. Teknik regresi linier ini bertujuan untuk menguji hipotesis tentang ada atau tidaknya pengaruh antara variable. Jika nilai signifikansi $t < 0,05$ maka H_0 ditolak, yang artinya tidak ada pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa/i di Kota Medan yang menggunakan aplikasi Shopee. Jika nilai signifikansi $t > 0,05$ maka H_0 diterima, yang artinya ada pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa/i di Kota Medan yang menggunakan aplikasi Shopee.