



Prosiding

Seminar Nasional Daring

Unit Kegiatan Mahasiswa Jurnalistik (Sinergi)

IKIP PGRI Bojonegoro

Tema "Jurnalistik sebagai Sumber Data untuk Karya Ilmiah"



Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ekonomi Tingkat Akhir IKIP PGRI Bojonegoro

Agus Kurniawan¹, Martha Pakpahan², Puji Riwanto³, Farih Devita Eka Sari⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Pendidikan Ekonomi, IKIP PGRI Bojonegoro, Indonesia

aguskurniawan2098@gmail.com

Abstrak—Gaya hidup masyarakat semakin praktis seiring perkembangan zaman disebabkan kebanyakan masyarakat memiliki aktifitas yang padat/sibuk dalam kesehariannya. Gaya hidup secara luas di definisikan sebagai, bagaimana cara hidup seseorang dalam menghabiskan waktu mereka (*activities*) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (*interest*) dan apa yang mereka pikirkan tentang mereka sendiri dan dunia sekitarnya (*opinion*). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui gaya hidup mahasiswa Pendidikan ekonomi dengan perilaku konsumtif. Metode penelitian yang kami gunakan menggunakan metode kuantitatif berdasarkan uji hipotesis uji t variabel gaya hidup terhadap variable perilaku konsumen diterima karena berpengaruh positif. Maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif gaya hidup secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa program studi ekonomi tingkat akhir.

Kata kunci—mahasiswa, perilaku konsumtif, gaya hidup

Abstract—People's lifestyles are getting more practical along with the times because most people have busy/busy activities in their daily lives. Lifestyle is broadly defined as how a person lives in spending their time (*activities*), what they consider important in their environment (*interest*) and what they think about themselves and the world around them (*opinion*). The purpose of this research is to determine style. life of economic education students with consumptive behavior. The research method that we use is a quantita-

tive method. Based on the hypothesis test, the lifestyle variable test on consumer behavior variables, is accepted because it has a positive effect. it can be concluded that there is a significant positive influence of lifestyle on consumptive behavior in final year economics student.

Keywords – lifestyle, consumptive, behavior

PENDAHULUAN

Manusia memiliki banyak kebutuhan untuk menjaga keberlangsungan hidupnya. Kebutuhan manusia dapat diartikan sebagai suatu keadaan, perasaan, kekurangan akan kepuasan atas dasar tertentu. Dalam memenuhi kebutuhan utama atau kebutuhan primer manusia membutuhkan sandang, pangan, dan papan untuk hidup, tetapi lain halnya dengan masyarakat ekonomi menengah keatas yang juga mementingkan kebutuhan tersier dalam kegiatan sehari hari mereka, dimana mereka selalu menjaga penampilan mereka dalam berinteraksi dengan masyarakat.

Keadaan dan kodrat manusia menjadikan setiap individu memiliki kebutuhan yang berbeda. Kebutuhan anak-anak berbeda dengan kebutuhan orang tua dan kebutuhan perempuan berbeda dengan kebutuhan laki laki. Bagi perempuan itu telah menjadi hal yang sangat penting, karena perempuan selalu ingin tampil cantik di depan orang lain. Kebutuhan perempuan untuk tampil cantik seperti yang diinginkan menciptakan potensi pasar yang sangat besar bagi industry kosmetik. Hal ini membawa dampak besar bagi perubahan gaya hidup.

Gaya hidup masyarakat semakin praktis seiring perkembangan zaman disebabkan kebanyakan masyarakat memiliki aktifitas yang padat/sibuk dalam kesehariannya. Menurut (Lubis, Irawati, Karina, & Sembiring, 2020:34) *"lifestyle is a pattern of one's life behavior, patters in shopping and allocating time"*. Gaya hidup secara luas di definisikan sebagai, bagaimana cara hidup seseorang dalam menghabiskan waktu mereka (*activities*) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (*interest*) dan apa yang mereka pikirkan tentang mereka sendiri dan dunia sekitarnya (*opinion*).

Mahasiswa merupakan bagian dari remaja, akan dianggap mengikuti perkembangan jaman dan mendapat label yang mengangkat harga dirinya apabila telah membeli dan memakai barang-barang dengan merk terkenal (Anggraeni & Mariyanti, 2014:35).

Para mahasiswa lebih mementingkan uang sakunya untuk membeli berbagai macam barang bermerk untuk mengikuti trend terkini dan diakui oleh teman-temannya dibanding untuk membeli perlengkapan kampus yang lebih penting seperti buku-buku pendukung perkuliahan. Padahal ketika di bangku sekolah sedari dini mereka diajarkan untuk dapat membedakan mana kebutuhan mana keinginan dan ketika membeli barang diutamakan untuk mendahulukan kebutuhan bukan keinginan, namun dalam kenyataan mereka lebih mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan seperti kebanyakan mahasiswa akan memilih untuk membeli pulsa dari pada buku, padahal buku merupakan kebutuhan pokok bagi seorang mahasiswa.

Disini yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti masalah yang ada di mahasiswa Prodi Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro yaitu berkaitan dengan pola konsumtif mereka yang suka membeli barang-barang mewah seperti sepatu yang bermerk dengan harga ratusan ribu sampai dengan jutaan rupiah. Hal ini mereka lakukan bukan karena kebutuhan sebagai mahasiswa olahraga saja tetapi terdapat rasa gengsi yang tinggi kepada teman-temannya jika membeli produk yang tidak asli. Jadi mereka membeli produk tidak hanya karena barang asli memiliki kualitas yang baik, namun ada rasa gengsi dalam pergaulan.

Konsumsi adalah penggunaan barang dan jasa yang ditujukan langsung untuk memenuhi kebutuhan hidup (sukwiaty dkk, 2006:28). Salah satu lapisan konsumen dalam melakukan kegiatan konsumsi adalah remaja. Remaja memiliki kemampuan berkonsumsi yang berkonsumsi irasional. Apabila mahasiswa berkonsumsi secara irasional maka akan cenderung berperilaku konsumtif.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengkaji permasalahannya yaitu "apakah gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa program studi ekonomi tingkat akhir IKIP PGRI BOJONEGORO?"

Adapun tujuan dari peneliti ini yaitu untuk mengetahui apakah gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa program studi pendidikan ekonomi tingkat akhir IKIP PGRI BOJONEGORO.

LANDASAN TEORI

Menurut Wahyudi (2013:30), "perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan materealistik, Hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah dan berlebihan dan penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi Hasrat kesenangan semata-mata."

Menurut Ancok (2004) dalam Ningrum (2011:3), "perilaku konsumtif adalah kecenderungan masyarakat untuk melakukan konsumsi tiada batas". Manusia lebih mementingkan factor emosinya daripada Tindakan rasionalnya atau lebih mementingkan keinginannya daripada kebutuhannya. Menurut Dwi Astuti, (2011:151) perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu Tindakan memakai produk tidak tuntas artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merk lainnya ataudapat disebutkan, pembeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karna banyak orang memakai barang tersebut.

Perilaku konsumen dalam melakukan kegiatan konsumsi dipengaruhi oleh banyak hal. Menurut Setiadi (2013:10) ada beberapa factor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu factor kebudayaan (kebudayaan, subbudaya, kelas sosial), factor sosial (kelompok refrensi, keluarga, peran dan status), factor pribadi (umur dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri), factor psikologis (motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap).

Robbers dan Jones (Naomi dan Mayasari 2008) berpendapat bahwa perilaku konsumtif yang ditunjukkan dengan perilaku berbelanja yang berlebihan telah membawa dampak buruk bagi lingkungan hidup. Pertama, dari segi input dalam memproduksi suatu produk berarti penggunaan sumber daya yang

boros, karena melebihi takaran yang seharusnya diperlukan. Dampak kedua adalah tingginya aktifitas terakhir perilaku konsumsi yaitu disposisi sebuah produk. Artinya pembuangan produk yang dilakukan oleh konsumen telah berlebihan sehingga lingkungan harus menerima buangan pemakaian produk yang cukup tinggi (Naomi dan Mayasari 2008).

Dampak negatif perilaku konsumtif lainnya yaitu terjadinya pemborosan dan in-efisiensi biaya. Secara psikologis perilaku konsumtif menyebabkan seseorang mengalami kecemasan dan rasa tidak aman. hal ini disebabkan individu selalu merasa adanya tuntutan untuk membeli barang yang diinginkannya akan tetapi kegiatan pembelian tidak ditunjang dengan finansial yang memadai sehingga timbulnya rasa cemas karena keinginannya tidak terpenuhi (Suyasa dan Fransiska 2005).

Kecenderungan perilaku konsumtif dipengaruhi oleh beberapa faktor yang pada intinya dapat 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 dikarenakan keinginan mengikuti trend gaya hidup. (Triyaningsih, 2011)

Gaya hidup (*lifestyle*) didefinisikan sebagai bagaimana seseorang hidup, termasuk bagaimana seseorang menggunakan uangnya, bagaimana ia mengalokasikan waktunya dan sebagainya. Menurut Kotler (2002, p. 192) dalam penelitian Susanto (2013: 1) gaya hidup adalah pola hidup seseorang didunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya dalam arti bahwa secara umum gaya hidup seseorang dapat di lihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal disekitarnya dan seberapa jauh dia peduli dengan hal itu dan juga apa yang dia pikirkan tentang dirinya sendiri dan juga dunia luar.

Gaya hidup mahasiswa dapat berubah, akan tetapi berubah ini bukan disebabkan oleh perubahannya kebutuhan. Pada masa puber, bukan lagi orang tua yang menjadi model, melainkan orang-orang yang umumnya sama yang

menjadi model utama (Fudyartanta, 2012:210). Hal ini menyebabkan mahasiswa mengimitasi perilaku yang dilakukan oleh sekelilingnya. Pengimitasian ini terutama di alami oleh para remaja. Remaja sering berkumpul dengan sesama teman sebaya. Dalam perkumpulan itu, remaja cenderung berbagi dengan sesamanya mengenai banyak hal termasuk gaya hidup disana mahasiswa sebagai remaja jenjang akhir biasanya tertarik untuk menggunakan apa yang kebanyakan teman sebaya mereka gunakan.

Gaya hidup merupakan pendorong dasar yang mempengaruhi kebutuhan dan sikap individu, juga mempengaruhi aktivitas pembelian dan penggunaan produk. Secara sederhana, gaya hidup juga dapat diartikan sebagai cara yang ditempuh seseorang dalam menjalani hidupnya, yang meliputi aktivitas, minat, kesukaan/ketidaksukaan, sikap, konsumsi dan harapan. Dengan demikian, gaya hidup adalah aspek utama yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan seseorang dalam membeli produk. Gaya hidup sering dihubungkan dengan kelas sosial ekonomi dan menunjukkan citra seseorang. Gaya hidup yang ditunjukkan dalam variasi keputusan citra rasanya. Dalam hal merek, merek bukanlah sekedar nama. Di dalamnya terkandung sifat, makna, arti dan isi produk bersangkutan. Bahkan dalam perkembangannya lebih lanjut merek akan menandai simbol dan status dari produk tersebut (Anggraini, 2012).

Dalam Kusumaningtyas (2017) menyatakan bahwa gaya hidup terus mengalami perkembangan, disebabkan banyak mahasiswa yang memiliki uang saku yang banyak karena kedua orang tuanya bekerja, hal ini sesuai pendapat gaya hidup terus berevolusi karena para konsumen dapat memilih dari sejumlah produk dan jasa yang terus bertambah, dan sebagian besar mempunyai uang untuk melakukan lebih banyak pilihan. Meningkatnya daya beli disebabkan oleh meningkatnya keluarga-keluarga yang berpenghasilan ganda

Mahasiswa dipandang oleh masyarakat sebagai individu yang terpelajar, mengalami pematangan dalam berfikir, berpenampilan menarik, rapi dan sopan santun. Pandangan tersebut yang akhirnya membuat mahasiswa untuk

mengkondisikan diri selalu tampil menarik, elegan, rapi (Purnomo dalam Sari, 2015).

Mahasiswa merupakan bagian dari remaja, akan dianggap mengikuti perkembangan jaman dan mendapat label yang mengangkat harga dirinya apabila telah membeli dan memakai barang-barang dengan merk terkenal (Anggraeni & Mariyanti, 2014:35).

Chen dan Volpe (1998:107) dalam Dikria (2016) berpendapat bahwa mahasiswa yang memiliki pengetahuan yang rendah akan membuat keputusan salah dalam keuangan mereka karena dalam berkonsumsi mereka tidak memperhitungkan prioritas kebutuhan. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik akan selektif dalam berkonsumsi, mereka akan memprioritaskan untuk membeli apa yang dibutuhkan dan mengesampingkan apa yang diinginkan karena mereka tahu bahwa mereka harus menghadapi kemungkinan-kemungkinan yang terjadi apabila mereka mengesampingkan prioritas. Kemungkinan tersebut antara lain yaitu pembengkakan pengeluaran, tidak dapat menabung, tidak dapat menyisihkan sebagian uangnya untuk berinvestasi, memiliki sifat boros, dan yang paling parah yaitu tidak dapat memenuhi kebutuhannya (Dikria, 2016).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui apakah gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini dilakukan di kampus IKIP PGRI Bojonegoro. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro Jumlah populasi yang akan diambil dalam menjalankan penelitian ini adalah sebanyak 36 orang, Dan sampelnya berjumlah 36 orang. Dengan menggunakan sampling jenuh.

Data yang digunakan data kualitatif dan data kuantitatif. dengan menggunakan angket/kuesioner. Penelitian ini menggunakan skala pengukuran yang disebut skala likert. Sebelum diisi oleh responden kuisisioner/angket

terlebih dahulu diuji tingkat validitas dan reliabilitasnya. Setelah valid dan reliable kuisioner diisi oleh responden dan di lakukan uji regresi linier berganda, dan uji t.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.57410759
Most Extreme Differences	Absolute	.172
	Positive	.133
	Negative	-.172
Test Statistic		.172
Asymp. Sig. (2-tailed)		.009 ^c

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil uji normalitas data One-Sample Kolmogorof-Smirnov Test diperoleh angka probabilitas Perilaku Konsumtif sebesar 0,072 dan Gaya Hidup Hedonis sebesar 0,72. Angka probabilitas tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa data penelitian telah berdistribusi dengan normal.

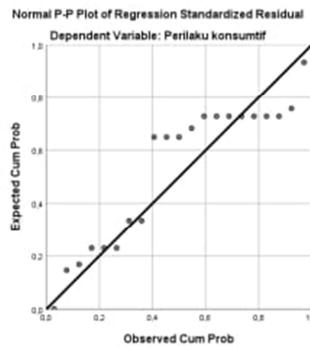
Uji multikolinieritas

Coefficients ^a													
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	7,882	3,343		2,356	,029	,885	14,880					
	Gaya Hidup	,564	,182	,579	3,096	,006	,183	,945	,579	,579	,579	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Perilaku konsumtif

Uji multikolinieritas dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas, karena nilai VIF < 10. Gaya hidup (X1) sebesar 1,000 . Sehingga dapat disimpulkan data pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas karena nilai VIF kurang dari 10 sehingga dapat dinyatakan bahwa model tidak mengalami gejala Multikolinieritas.

Uji heteroskedastisitas



Penelitian ini untuk menguji ada tidaknya heterokedastisitas menggunakan uji Glejser, jika nilai signifikan < 0,05 maka terjadi heterokedastisitas, jika sebaliknya nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka terjadi homokedastisitas (Muhson, 2012:26). Sehingga diperoleh hasil dari uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser dapat diketahui bahwa variabel independen yaitu gaya hidup memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji analisis regresi berganda

Coefficients ^a																				
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B		Correlations		Collinearity Statistics										
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF								
1	(Constant)	7,882	3,343			2,258	,029	,885	14,880											
1	Gaya Hidup	,564	,182	,579	3,096	,006	,183	,945	,579	,579	,579	1,000	1,000							

a. Dependent Variable: Perilaku konsumtif

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,579 ^a	,335	,300	1,390	,335	9,585	1	19	,006	2,094

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup
b. Dependent Variable: Perilaku konsumtif

Penelitian ini menunjukkan bahwa X adalah Gaya Hidup dan Y adalah Perilaku konsumtif. Konstanta sebesar 7,882 artinya jika Gaya hidup (X) nilainya adalah 0, maka Perilaku Konsumtif (Y) nilainya yaitu sebesar 7,882. Koefisien regresi variabel harga (X) sebesar 0,564 artinya jika skor gaya hidup meningkat sebesar 1 poin, maka perilaku konsumtif (Y) akan mengalami peningkatan

sebesar 0,564 poin. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Gaya hidup dengan perilaku konsumtif. Berdasarkan besarnya nilai sig yang didapatkan sebesar 0,006, jika dibandingkan dengan taraf signifikansi $\alpha = 3,096$ maka : sig- α maka dapat disimpulkan bahwa Haditerima artinya Terdapat pengaruh positif Gaya Hidup secara signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada perilaku konsumtif. Nilai R yang didapatkan adalah 0,579 maka dapat disimpulkan antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif (Y) memiliki hubungan yang kuat. Kemudian untuk melihat seberapa besar kontribusi gaya hidup hedonis mempengaruhi perilaku konsumtif digunakan rumus Koefisien Penentu (KP) dengan perhitungan sebagai berikut: $KP = R \text{ Square} \times 100\% = 0,335 \times 100\% = 33,5\%$. Dari perhitungan tersebut dapat disimpulkan perilaku Konsumtif dipengaruhi oleh gaya hidup sebesar 33,5% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Hawkins (2007) yang mengatakan bahwa gaya hidup merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, dimana dikatakannya gaya hidup seseorang mempengaruhi kebutuhan, keinginan, serta perilakunya termasuk perilaku membeli. Hawkins (2007) juga mengatakan gaya hidup juga seringkali dijadikan motivasi dasar dan pedoman dalam membeli sesuatu. Ini berarti, dalam membeli suatu produk mahasiswa mengacu pada gaya hidup yang dianutnya. Pada penelitian ini juga didapatkan hasil penelitian dimana perilaku konsumtif dipengaruhi oleh gaya hidup. Mengutip hasil wawancara peneliti dengan yang telah dipaparkan pada latar belakang penelitian ini bahwa kebanyakan mahasiswa mempunyai gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan yang disebut dengan gaya hidup. Hal tersebut didukung oleh dunia kerja yang menyediakan fasilitas tak kalah glamor Gaya hidup yang ada pada mahasiswa menciptakan sebuah citra tersendiri. Demikian mahasiswa berusaha menunjukkan kelas sosial yang mereka tersebut yaitu kelas sosial menengah dengan melakukan perilaku konsumtif terhadap barang dan jasa untuk menunjukkan kelas sosialnya. Menurut Mangkunegara (2002) karakteristik perilaku konsumtif dari kelas sosial menengah yaitu cenderung membeli barang untuk menunjukkan kekayaannya, membeli barang

dengan jumlah yang banyak dan kualitasnya cukup memadai. Mereka berkeinginan membeli barang yang mahal dengan sistem kredit. Karakteristik tersebut terlihat pada gaya hidup. Beberapa orang dari mereka memiliki berbelanja barang-barang branded seperti produk fashion, handphone, tas, jam tangan bahkan produk kosmetik dengan harga mahal untuk menunjukkan status yang ia miliki.

Gambaran Perilaku Konsumtif

Dari keseluruhan subjek, 56,4 % subjek termasuk dalam kategori perilaku konsumtif yang cukup tinggi. Hal ini dapat dikatakan bahwa sebagian besar subjek penelitian memiliki tingkat perilaku konsumtif yang tinggi. Gaya hidup mahasiswa gemar berbelanja barang-barang mewah yang tercermin dari jawaban subjek yang berada pada tingkat perilaku konsumtif yang tinggi menyatakan bahwa: saya gemar membeli barang-barang mahal, saya membeli barang impor untuk menjaga status saya mengenakan pakaian mahal untuk menjaga gengsi serta yaitu saya senang barang-barang bermerek yang saya pakai dipuji teman-teman saya. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tingginya perilaku konsumtif yang ada pada mahasiswa dilakukan untuk menunjukkan simbol dan status atau gengsi yang mereka dapatkan dalam menjalani gaya hidup. Mahasiswa berbelanja barang-barang branded, membeli barang berkualitas dengan harga mahal untuk menunjukkan image nya pada rekan sesama teman, dan juga masyarakat. Hal ini sejalan dengan penuturan (Wahyudi, 2013) bahwa berbelanja pada akhirnya menjadi aktivitas sosial dan suatu saat menjadi kompetisi untuk diri sendiri (memutuskan membeli atau tidak) terlebih kompetisi pada teman dan anggota masyarakat yang lain sebagai simbol status, gengsi, dan image manusia modern.

Gambaran Gaya Hidup

Dari 36 orang subjek didapatkan 22 orang subjek (56,4%) termasuk dalam kategorisasi gaya hidup yang tinggi. Hal ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar subjek penelitian memiliki tingkat gaya hidup yang tinggi. Dari hal ini dapat Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada mahasiswa Jurnal Psikologi Volume 12 Nomor 1, Juni 2014 15 disimpulkan bahwa gaya

hidup yang tinggi yang ada pada mahasiswa dari membeli barang-barang mahal termasuk handphone, sementara jika dilihat dari segi pandangan mahasiswa meyakini bahwa kehidupan mewah membawa kebahagiaan bagi diri mereka dan dalam segi minat sangat terlihat mereka gemar barang-barang mewah dan branded. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan Adlin (Masmuadi dan Rachmawati, 2007) bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan gaya hidup yaitu adanya penilaian terhadap suatu produk yang ditentukan oleh pola pikir dan nilai-nilai dimana masyarakat tersebut berada dan dapat ditularkan. Pada mahasiswa tentu saja nilai-nilai gaya hidup menyebabkan tingginya tingkat gaya hidup pada mahasiswa. Hal ini seperti yang diungkap Anggraini (2012) dalam penelitiannya mengenai pengalaman Komunikasi Konsumen Wanita dengan Gaya Hidup Brand minded. Penelitian ini menemukan bahwa identitas diri adalah penting bagi setiap wanita. Dalam proses mencari identitas dirinya wanita dalam kehidupan berkelompok yang memiliki intensitas yang tinggi dengan kelompok referensinya akan dapat mempengaruhi wanita pada pembentukan sikap dan identitas diri yang diwujudkan dalam gaya hidup tertentu.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	12.289	2.894		4.246	.000
	gaya_hidup	.292	.162	.295	1.798	.081

a. Dependent Variable: perilaku_konsumtif

Variabel x secara parsial berpengaruh terhadap Y. Hal ini karena nilai t hitung > t tabel ($1.675 > 1.798$) atau signifikansi < 0,05 ($0,295 < 0,05$) sehingga H₀ ditolak. Pengaruhnya positif karena nilai hitung positif, artinya jika X meningkat maka Perilaku konsumtif Y juga meningkat. Hal ini berarti bahwa variabel Gaya Hidup (X) memiliki tingkat pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi ekonomi tingkat akhir IKIP PGRI BOJONEGORO.

SIMPULAN

Pertama berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif gaya hidup secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa program studi ekonomi tingkat akhir. Hal ini mengandung pengertian semakin tinggi gaya hidup maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif pada mahasiswa program studi ekonomi tingkat akhir dan Gaya Hidup memberikan kontribusi terhadap perilaku Konsumtif pada mahasiswa prodi ekonomi ekonomi tingkat akhir sebesar 56,4%. Terakhir berdasarkan gambaran faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonis yang di ukur pada penelitian ini, faktor usia dan jenis kelamin memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku konsumtif.

REFERENSI

- Aldi M, H. Sanusi,Samsul Rizal. "PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR SATRIA F 150 PADA PT. SINARGALESONG PRATAMA DI MAKASAR." *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 2018: 90-101.
- Armelia, Y., & Irianto, A. (2021). Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ecogen*, 4(3), 418. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i3.11509>
- Asisi, I. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 107-118.
- Cleopatra, M. (2015). Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Belajar terhadap Prestasi Belajar Matematika. *Formatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*, 5(2), 168-181. <https://doi.org/10.30998/formatif.v5i2.336>
- Delyana Rahmawany Pulungan, Hastina Febriaty. "PENGARUH GAYA HIDUP DAN LITERASI KEUANGAN." *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2018: 103-110.

Dias Kanserina, & Jurusan Pendidikan Ekonomi, F. E. dan B. U. P. G. S. (2015). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 1, 1.

Eni Lestarina, Hasnah Karimah, nia febrianti, ranny, desi harlina. "perilaku konsumtif dikalangan remaja ." 2017: 1-6.

Gaya, P., Hedonis, H., Konsumtif, T. P., Pramugari, P., Penerbangan, M., Patricia, N. L., & Handayani, S. (2014). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X." *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 12(01), 10. <https://www.neliti.com/id/publications/127078/>

irianto agus, armelia yola. "Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Terhadap ." *jurnal pendidikan ekonomi* , 2021: 418-426.

Kanserina, Dias. "PENGARUH LITERASI EKONOMI DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI UNDHIXSA 2015." 2015: 1.

Keuangan, M. D. A. N., & Jannah, R. (2019). 5837-Article Text-21825-1-10-20200219 LK GH. 3(2), 117-124. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v3n2.p117-124>

Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2018). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi. *Al-Qalb : Jurnal Psikologi Islam*, 9(2), 130-139. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v3n2.p117-124>

Masnida Khairat, Nur 'Aisyiah Yusri, Shanty Yuliana. "HUBUNGAN GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN PERILAKU." *jurnal psikologi islam*, 2018.

Nesa Lydia Patricia, Sri Handayani. "PENGARUH GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP PERILAKU ." *jurnal psikologi*, 2014.

Nurhaini, Dwi. "Pengaruh Konsep Diri dan Kontrol Diri dengan Prilaku Konsumtif Terhadap Gadget." no. 6 (2018): 92-100.

Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 1-8. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>

Risa, A. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi PJKR UPGRIS. *FPIPSKR Universitas PGRI Semarang*, 1985, 352-359. <http://prosiding.upgris.ac.id/index.php/SNKIII/SNK2018/paper/view/2924>

Rismayanti, & Oktapiani. (n.d.). *Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa*. 2019, 31-37.

Sanusi, H., Samsul Rizal, dan, & Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, P. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Motor Suzuki Satria F 150 Pada Pt. Sinargalesong Pratama Di Makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 90-102. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/profitability>

SARI, SHINTYA NOVITA. "PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF." 2021.

Sari, Y. T. K., Hendrastomo, G., & Januarti, N. E. (2019). Online Shopping and Lifestyle of University Students in Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 3(1), 291-312.

Tambunan, T. S. (2020). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pemilihan Penggunaan KWH Meter Listrik Pascabayar dan Prabayar pada

PT PLN (Persero) Ranting Pancur Batu. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 66–83. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i2.124>

Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 37. <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.506>

Yunita Tri Kumala Sari, Grendi Hendrastomo, dan Nur Endah Januart. "BELANJA ONLINE DAN GAYA HIDUP MAHASISWA DI ." *jurnal pendidikan sosiologi*, 2021.