

**HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN  
PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA**

**SKRIPSI**

Untuk Melengkapi Sebagian Persyaratan  
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Psikologi



Disusun Oleh:

**Silvia Qurota A'yun**

**30701700120**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
SEMARANG**

**2023**

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN  
PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**Silvia Qurota A'yun**

**30701700120**

Telah disetujui untuk diuji dan dipertahankan di depan Dewan Penguji guna memenuhi sebagian pernyataan untuk mencapai gelar Sarjana Psikologi

Pembimbing,

Tanggal



**Luh Putu Shanti S.Psi, M.Psi.**

**30 November 2023**

Semarang, 30 November 2023

Mengesahkan  
Dekan Fakultas Psikologi  
Universitas Islam Sultan Agung Semarang



**Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si**

**NIK. 210799001**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN  
PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**Silvia Qurota A'yun**

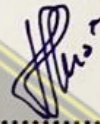
**30701700120**

Telah dipertahankan Dewan Penguji  
Pada tanggal 8 Desember 2023

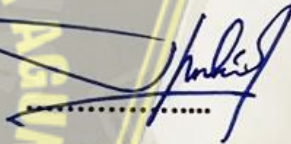
Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. **Ruseno Arjanggi, S.Psi., M.A., Psikolog** .....



2. **Abdurrohman, S.Psi., M.Si** .....



3. **Luh Putu Shanti Kusumaningsih, M.Psi., Psikolog** .....



Skripsi ini telah diterima sebagai persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi

Semarang, 8 Desember 2023

Mengetahui  
Dekan Fakultas Psikologi  
Universitas Islam Sultan Agung Semarang



**Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si**  
**NIK. 210799001**

## PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini. Saya, Silvia Qurrata' Ayun dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh derajat kesarjanaan disuatu perguruan tinggi manapun.
2. Sepanjang pengetahuan saya, skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis/diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.
3. Jika terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan ini pernyataan ini, maka saya bersedia derajat kesarjanaan saya dicabut.



Semarang, November 2023  
Yang menyatakan

Silvia Qurrata' Ayun  
30701700120

## MOTTO

*“Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang ada dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghamburkan (hartamu) dengan boros”.*

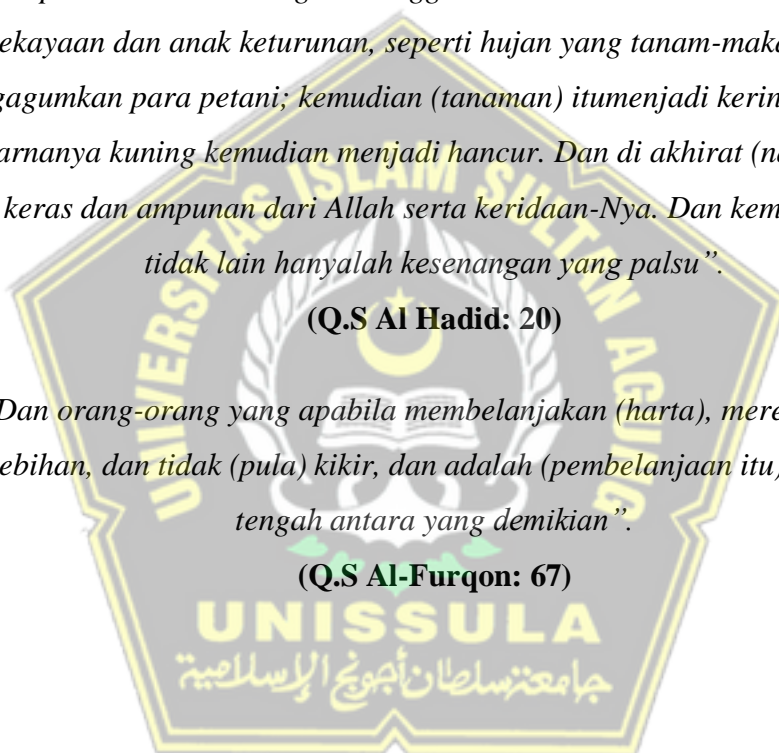
**(Q.S Al-Isra’: 26)**

*“Ketahuilah, sesungguhnya kehidupan dunia itu hanyalah permainan dan senda gurauan perhiasan dan saling berbangga diantara kamu serta berlomba dalam kekayaan dan anak keturunan, seperti hujan yang tanam-makanannya mengagumkan para petani; kemudian (tanaman) itu menjadi kering dan kamu lihat warnanya kuning kemudian menjadi hancur. Dan di akhirat (nanti) ada azab yang keras dan ampunan dari Allah serta keridaan-Nya. Dan kemudian dunia tidak lain hanyalah kesenangan yang palsu”.*

**(Q.S Al Hadid: 20)**

*“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian”.*

**(Q.S Al-Furqon: 67)**



## PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan karya ini kepada :

*Abah dan Umi selaku orang tua penulis yang tiada hentinya mencurahkan doa, memberikan kasih sayang, nasehat, dan dukungan tiada akhir, serta Suami dan anak yang menjadi alasan dan penyemangat dalam mengerjakan skripsi ini, tak lupa Kakakku beserta suami dan keponakan yang memberikan dukungan untuk tetap semangat dalam menyelesaikan karya ini.*

*Dosen pembimbing Ibu Luh Putu Shanti K, S.Psi, M. Psi yang penuh kesabaran dalam membimbing, memberikan masukan dan arahan, serta memberi dukungan penuh kepada peneliti dalam menyelesaikan karya ini.*



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alakum Wr. Wb.*

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat, hidayah, serta inayah yang telah diberikan kepada penulis sehingga karya yang sangat sederhana ini peneliti mampu menyelesaikan sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat S-1 Sarjana Psikologi. Sholawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, semoga kita akan selalu mendapatkan syafaat dari beliau. Peneliti mengakui dalam proses penulisan ini banyak sekali kendala dan rintangan yang dating, namun berkat bantuan, dukungan, dan motivasi yang diberikan oleh semua pihak secara moril maupun materil, semua hal yang terasa berat menjadi lebih ringan. Akhirnya dengan penuh kerendahan hati peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Joko Kuncoro, S. Psi, M. Si selaku Dekan Fakultas Psikologi UNISSULA yang telah membantu proses akademik maupun penelitian.
2. Ibu Luh Putu Shanti K, S.Psi, M.Psi. selaku dosen pembimbing skripsi serta dosen wali yang telah bersedia meluangkan waktu, membantu memberikan saran dan perhatian serta membimbing dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Seluruh subjek penelitian yang telah membantu penulis untuk meluangkan waktunya mengisi skala penelitian.
4. Seluruh dosen Fakultas Psikologi UNISSULA yang senantiasa telah memberikan berbagai ilmu dan pengalaman kepada penulis yang sangat bermanfaat untuk kini dan nanti.
5. Bapak dan Ibu staff TU serta perpustakaan Fakultas Psikologi UNISSULA yang telah memberikan kemudahan dalam pengurusan proses administrasi hingga skripsi ini selesai.
6. Bapak dan ibu staff Fakultas Hukum UNISSULA yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian kepada mahasiswa Fakultas Hukum.

7. Abah dan Umiku tercinta, Abah H. Ahmad Subkan dan Umi Hj. Mundakiroh, yang tidak pernah berhenti mencurahkan doa dan harapan untuk kesuksesanku, yang telah sabar mendidik dan menyayangiku, yang selalu sabar dalam memberikan nasihat, dukungan, motivasi, dan selalu mengingatkanku untuk selalu beribadah dan berdoa kepada Allah SWT.
8. Suami dan anakku tercinta, Suami Muh. Wahyu Supriyadi dan Anak Athaya Naora Syakila yang telah memberikan dukungan serta menjadi penyemangat dalam mengerjakan skripsi.
9. Kakakku beserta suami dan anak, Vina Futuhatul Masturoh, Fayik Rahmanudin, dan Aleena Zahrotul Ma'wa yang memberikan nasihat dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi serta semangat dalam menyelesaikan pendidikan.
10. Teman-teman penulis, seluruh angkatan 2017 khususnya kelas C atas dukungan, kekompakan, keceriaan, dan pengalaman selama proses perkuliahan berlangsung yang akan selalu terkenang.
11. Berbagai pihak yang turut membantu dengan memberikan doa serta dukungan kepada penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak untuk menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap agar skripsi ini memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan psikologi khususnya dalam bidang psikologi sosial.

***Wassalamu'alaikum Wr. Wb.***

Semarang, November 2023  
Penulis,

**Silvia Qurrata' Ayun**  
**30701700120**

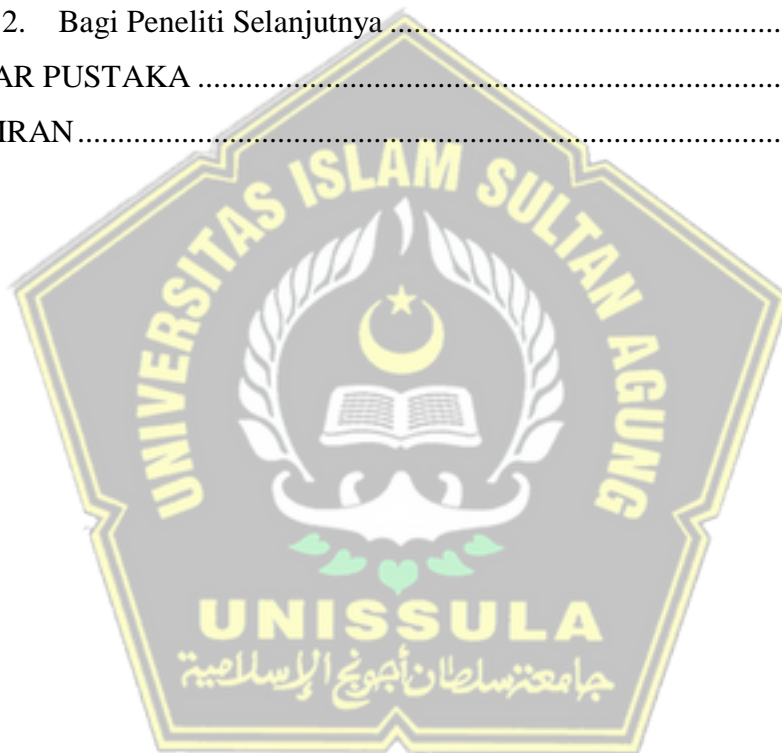


## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK .....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
1. Secara Teoritis.....	6
2. Secara Praktis .....	6
BAB II LANDASAN TEORI .....	7
A. Perilaku Konsumtif .....	7
1. Pengertian Perilaku Konsumtif .....	7
Menurut Lubis (dalam Sumartono, 2007), perilaku konsumtif adalah .....	7
2. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif.....	8
3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif .....	8
B. Gaya hidup hedonis .....	14
1. Pengertian Gaya Hidup Hedonis .....	14
2. Aspek-aspek Gaya Hidup Hedonis .....	16

3.	Macam-macam Gaya Hidup Hedonis .....	17
4.	Karakteristik Gaya Hidup Hedonis .....	18
C.	Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa.....	18
D.	Hipotesis.....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>21</b>
A.	Identifikasi Variabel.....	21
B.	Definisi Operasional.....	21
1.	Perilaku Konsumtif .....	21
2.	Gaya Hidup Hedonis .....	21
C.	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	22
1.	Populasi .....	22
2.	Sampel Penelitian.....	22
3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	22
D.	Metode Pengumpulan Data .....	23
1.	Skala Gaya Hidup Hedonis .....	23
2.	Skala Perilaku Konsumtif.....	24
E.	Validitas, Uji Daya Beda Aitem dan Reliabilitas.....	24
1.	Validitas .....	24
2.	Daya Beda Aitem .....	25
3.	Reliabilitas.....	25
F.	Teknik Analisis Data.....	26
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>27</b>
A.	Orientasi Kacah dan Persiapan Penelitian.....	27
1.	Orientasi Kacah .....	27
2.	Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian.....	28
B.	Pelaksanaan Penelitian .....	32
C.	Analisis Data dan Hasil Penelitian .....	32
1.	Uji Asumsi.....	32
2.	Uji Hipotesis.....	33
D.	Deskripsi Hasil Penelitian .....	33

1. Deskripsi Data Skor Perilaku Konsumtif .....	34
2. Deskripsi Data Skor Gaya Hidup Hedonis.....	35
E. Pembahasan.....	36
F. Kelemahan Penelitian.....	38
BAB V KESIMPULAN .....	39
A. Kesimpulan.....	39
B. Saran.....	39
1. Bagi Subjek .....	39
2. Bagi Peneliti Selanjutnya .....	39
DAFTAR PUSTAKA .....	40
LAMPIRAN.....	42



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Jumlah Mahasiswa Aktif Fakultas Hukum Unissula .....	22
Tabel 2.	<i>Blueprint</i> Skala Gaya hidup hedonis .....	24
Tabel 3.	<i>Blueprint</i> Skala Perilaku Konsumtif .....	24
Tabel 4.	Sebaran Aitem Skala Perilaku Konsumtif .....	29
Tabel 5.	Sebaran Aitem Skala Gaya hidup hedonis.....	30
Tabel 6.	Data Subjek Uji Coba .....	30
Tabel 7.	Sebaran Aitem Berdaya Beda Tinggi dan Rendah Skala Perilaku Konsumtif .....	31
Tabel 8.	Sebaran Aitem Berdaya Beda Tinggi dan Rendah pada Skala Gaya hidup hedonis .....	32
Tabel 9.	Data Subjek Penelitian.....	32
Tabel 10.	Hasil Uji Normalitas .....	32
Tabel 11.	Norma kategorisasi skor .....	34
Tabel 12.	Deskripsi Skor Skala Perilaku Konsumtif .....	34
Tabel 13.	Kategorisasi Skor Skala Perilaku Konsumtif.....	34
Tabel 14.	Deskripsi Skor Skala Gaya hidup hedonis.....	35
Tabel 15.	Kategorisasi Skor Skala Gaya hidup hedonis .....	35

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Rentang Skor Skala Perilaku Konsumtif .....	35
Gambar 2.	Rentang Skor Skala Gaya Hidup Hedonis .....	36



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Skala Uji Coba.....	43
Lampiran B. Tabulasi Skala Uji Coba.....	50
Lampiran C. Estimasi Daya Beda Aitem Dan Reliabilitas Skala.....	65
Lampiran D. Skala Penelitian.....	70
Lampiran E. Tabulasi Skala Penelitian.....	75
Lampiran F. Uji Normalitas, Linieritas, Dan Hipotesis.....	82
Lampiran G. Surat Izin Dan Dokumentasi Penelitian.....	85



# HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA

Oleh:

**Silvia Qurrata' Ayun**

Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Email:

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Sampel dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Fakultas Hukum yang berjumlah 100 mahasiswa. Penelitian ini menggunakan *cluster random sampling* sebagai metode pengambilan sampel. Pengambilan data menggunakan 2 skala psikologi meliputi skala perilaku konsumtif yang terdiri dari 10 aitem dengan reliabilitas 0,782 dan skala gaya hidup hedonis yang terdiri dari 13 aitem dengan reliabilitas 0,898. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis korelasi *Spearman's Rho* untuk menguji hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif yang memperoleh hasil  $r_s = 0,420$  serta tingkat signifikansi  $p = 0,000$  ( $p < 0,01$ ) yang menunjukkan bahwa ada hubungan positif signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Sumbangan efektif yang diberikan oleh variabel gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif adalah sebesar 16,4%.

**Kata Kunci:** Perilaku konsumtif, gaya hidup hedonis, mahasiswa

***THE RELATIONSHIP BETWEEN HEDONISTIC LIFESTYLE AND  
CONSUMER BEHAVIOR IN UNIVERSITY STUDENTS***

By:

**Silvia Qurrata' Ayun**

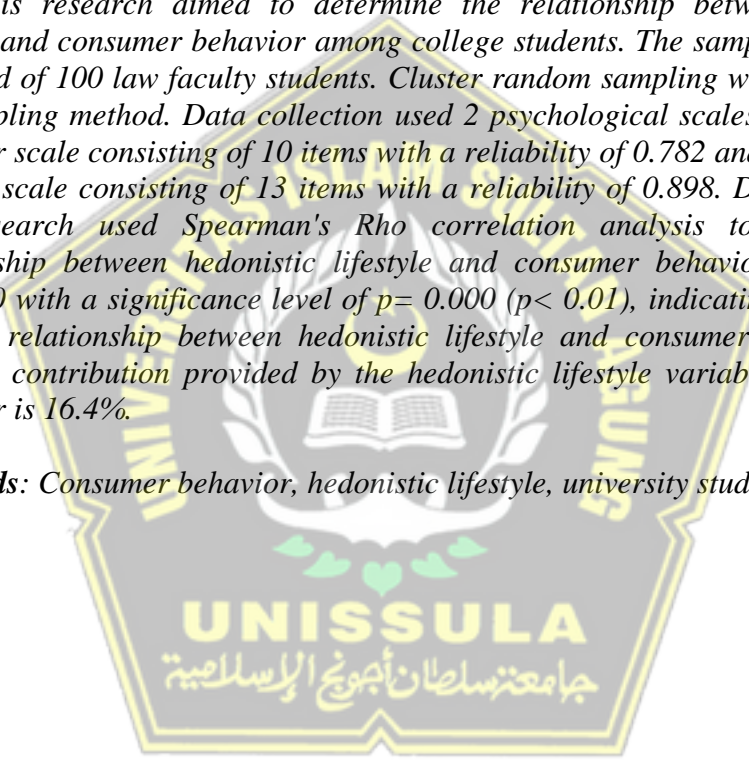
*Faculty of Psychology Sultan Agung Islamic University Semarang*

*Email:*

**ABSTRACT**

*This research aimed to determine the relationship between hedonistic lifestyle and consumer behavior among college students. The sample in this study consisted of 100 law faculty students. Cluster random sampling was employed as the sampling method. Data collection used 2 psychological scales, the consumer behavior scale consisting of 10 items with a reliability of 0.782 and the hedonistic lifestyle scale consisting of 13 items with a reliability of 0.898. Data analysis in this research used Spearman's Rho correlation analysis to examine the relationship between hedonistic lifestyle and consumer behavior, resulting in  $r_s=0.420$  with a significance level of  $p= 0.000$  ( $p < 0.01$ ), indicating a significant positive relationship between hedonistic lifestyle and consumer behavior. The effective contribution provided by the hedonistic lifestyle variable to consumer behavior is 16.4%.*

**Keywords:** *Consumer behavior, hedonistic lifestyle, university students*





# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada saat ini, aktivitas berbelanja tidak lagi digunakan untuk memenuhi kebutuhan, namun kegiatan tersebut telah mengalami pergeseran fungsi yang sebenarnya (Trisnani dkk., 2019). Barang-barang yang dahulu dianggap sebagai kebutuhan sekunder berubah menjadi kebutuhan primer sedangkan barang-barang tersier telah menjadi kebutuhan sekunder (Nesa L. P., & Sri Handayani, 2014). Hal tersebut disebabkan oleh banyaknya penawaran produk-produk terbaru dari berbagai media seperti media cetak, media elektronik, bahkan melalui penjualan langsung di gerai-gerai yang terdapat di pusat perbelanjaan sehingga seseorang mudah terpengaruh untuk membeli barang tersebut meskipun sebenarnya bukan menjadi kebutuhan (Mufidah, 2012).

Kegiatan pembelian barang yang dilakukan tidak hanya didorong oleh adanya kebutuhan akan fungsi dari barang tersebut saja. Namun, juga didasari oleh keinginan yang sifatnya untuk menjaga gengsi. Perilaku membeli barang atau menghabiskan uang terhadap suatu hal yang tidak menjadi kebutuhan inilah yang dinamakan perilaku konsumtif. Menurut Echols dan Shadly (Murbani, 2010), perilaku konsumtif adalah bentuk kata sifat yang berasal dari “*consumer*” yang berarti memakai produk, baik barang-barang industri maupun jasa. Konsumtif berarti mengonsumsi produk atau barang secara berlebihan. Meski dengan kadar yang berbeda-beda, perilaku konsumtif terjadi secara mayoritas pada semua golongan di kalangan masyarakat, mulai dari anak-anak, remaja, hingga dewasa tidak ada yang luput dari perilaku konsumtif dan salah satunya adalah kalangan mahasiswa.

Perilaku konsumtif lebih didominasi pada kalangan mahasiswa yang termasuk ke dalam kategori usia remaja terutamanya adalah kalangan mahasiswi. Sebagaimana yang telah diungkapkan oleh Kotgen dan Specht dalam (Ermawati, E., & Indriyati, 2011) bahwa remaja putri membelanjakan uangnya dua kali lebih banyak dari remaja putra. Hal ini diperkuat dengan pendapat bahwa remaja putri

juga akan lebih memikirkan bagaimana untuk tampil cantik dan menarik sehingga rela menghabiskan uang untuk membeli atribut yang mahal atau bermerk seperti sepatu, tas, pakaian, *make up*, *skincare* dan lain sebagainya yang dapat menunjang penampilan (Ningsih & Bawono, 2016).

Mahasiswa yang menjadi salah satu penyumbang yang mendominasi konsumsi karena sedang berada di fase remaja yang merupakan masa untuk menunjukkan eksistensi. Berdasarkan pengamatan, dapat dikatakan jika remaja menghabiskan lebih banyak uang untuk kebutuhan pribadi seperti pergi ke *mall*, menonton hiburan, makan di restoran, dan lain-lain selain untuk membeli kebutuhan sekolah atau bahkan menyisihkan uang untuk disimpan. Uang yang digunakan untuk membeli kebutuhan tersebut bukan dengan penghasilan pribadi melainkan dari tunjangan yang diterima dari orang tua. Bahkan ada yang meminta lebih kepada orang tua karena ada keinginan lain yang belum tercapai yang dilakukan untuk mengejar gengsi dalam dirinya (Trisnani dkk., 2019).

Sifat-sifat mahasiswa yang labil dan mudah dipengaruhi oleh lingkungan juga menyebabkan untuk gampang terbuju rayuan iklan, cenderung boros, dan tidak realistis (Fitriani & Romas, 2014). Sebenarnya kebutuhan pokok mahasiswa terdiri dari buku referensi, alat tulis, laptop, alat komunikasi, dan alat transportasi serta alat penunjang lain yang menjadi kebutuhan untuk perkuliahan. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut tentu saja ada pengeluaran yang dilakukan. Pemenuhan kebutuhan memang sangat penting untuk mengantarkan individu pada kehidupan yang selaras dengan lingkungannya. Pada setiap orang khususnya mahasiswa, akan melakukan kegiatan konsumsi dan suka terhadap hal-hal yang berbau konsumtif seperti suka berbelanja (Wahidah, 2013).

Fenomena perilaku konsumtif ini tentunya akan terus berkembang, dikarenakan adanya faktor yang dapat menyebabkan munculnya perilaku konsumtif salah satunya adalah gaya hidup. Hawkins (Hasibuan, 2010) mengungkapkan bahwa gaya hidup seseorang akan mempengaruhi kebutuhan, keinginan serta perilakunya termasuk perilaku membeli. Gaya hidup juga sering dijadikan motivasi dasar dan pedoman dalam memilih sesuatu sedangkan menurut Gidden (Arbaini, 2017), gaya hidup merupakan konsep refleksi seperti ketika ada

pertanyaan “Bagaimana saya hidup?”, “Siapa saya?”, harus dijawab dengan keputusan dari hari ke hari tentang perilaku, pakaian, makanan dan menempatkan dengan cara yang lain, dalam tatanan post tradisional menjadi sebuah proyek refleksi. Gaya hidup adalah refleksi pola konsumsi pilihan individu tentang cara individu tersebut menghabiskan waktu dan uang.

Gaya hidup remaja metropolitan telah menjadikan remaja sebagai generasi yang suka menghambur-hamburkan uang karena cenderung lebih senang nongkrong di *cafe*, *mall*, dan di tempat-tempat wisata yang *instagramable*. Hal ini tentu tidak terlepas dari pengaruh globalisasi, baik melalui media cetak maupun media elektronik yang menampilkan gaya hidup global dengan sebuah pesan bahwa jika tidak melakukan apa yang dilakukan oleh anak-anak seusianya di belahan bumi yang lain itu, maka akan ketinggalan zaman alias “jadul” atau jaman dulu (Halim, 2008). Gaya hidup yang telah dijelaskan adalah gaya hidup hedonis , yaitu gaya hidup yang cenderung mencari atau menjadikan kesenangan atau kenikmatan menjadi tujuan dalam hidupnya. Dengan menghabiskan banyak waktu di luar rumah, menganggap sumber kebahagiaan adalah mencari kesenangan dan kenikmatan. Hal-hal yang biasa dilakukan untuk mencari kesenangan dan kenikmatan adalah dengan berbelanja di *mall* maupun melalui *platform online*, *clubbing*, *healing* menghabiskan waktu dan uang hanya untuk kesenangan semata tanpa memikirkan hal itu menjadi kebutuhan atau tidak.

Berdasarkan pengamatan yang telah peneliti lakukan di Universitas Islam Sultan Agung Semarang khususnya di Fakultas Psikologi, sebagian besar mahasiswa berasal dari kelas ekonomi menengah ke atas. Hal ini dapat dilihat dari cara berpakaian dan kendaraan pribadi yang digunakan mahasiswa dalam keseharian maupun ketika pergi ke kampus. Gaya hidup yang ditunjukkan oleh mahasiswa terlihat dari barang-barang yang digunakan seperti barang yang bermerek dan berkualitas yang sudah tentu harganya dikategorikan mahal berdasarkan kantong seorang mahasiswa. Selain itu, berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan kepada beberapa mahasiswa, terdapat berbagai macam alasan mahasiswa melakukan perilaku konsumtif. Gaya hidup yang mempengaruhi

perilaku konsumtif dari hasil wawancara ini adalah gaya hidup hedonis gila belanja. Berikut adalah hasil wawancara peneliti dengan subjek:

Subjek pertama berinisial LF, berusia 22 tahun seorang mahasiswa tingkat akhir, mengatakan:

*“Menurut saya di era jaman sekarang itu rasanya kebawa model atau trend jaman sekarang, kayak rasa ingin membeli barang yang aslinya tidak butuh itu selalu kepikiran gitu untuk membelinya, apalagi sekarang banyak banget koleksi terbaru yang kadang kita merasa kalau tidak membelinya itu ketinggalan sama temen gitu, contohnya ya sepatu, hils, baju. Kalau ditanya ada kepuasan? Ya ada, kalau barang yang saya beli memang yang saya inginkan walaupun bukan kebutuhan ya saya suka.”*

Subjek kedua berinisial IK, berusia 21 tahun seorang mahasiswa tingkat awal mengatakan:

*“Karena saya seorang kpopers yang sering menonton drakor, MV dan masih banyak lagi, sehingga ketika menemukan barang yang diiklankan oleh platform belanja online yang style-nya seperti bias saya, saya memiliki keinginan kuat untuk memilikinya juga. Dan ketika ditanya apakah ada kepuasan setelah membeli barang tersebut, maka dengan pasti saya akan menjawab ada. Itu merupakan kepuasan tersendiri bagi saya ketika bisa membeli hal yang berkaitan dengan bias, misalnya lightstick, baju yang bergambar EXO, dan lain-lain.”*

Subjek ketiga berinisial LI, berusia 22 tahun seorang mahasiswa tingkat akhir mengatakan:

*“Aku senang lihat barang yang baru saya temui dan belum pernah saya miliki, rasanya tuh ingin membelinya walaupun barang tersebut aslinya nggak butuh-butuh banget cuman pengen gitu lho, bahkan bisa kalap kalau nemu barang-barang yang kayak gitu. Tapi setelah saya membeli barang itu ada rasa senang, kepuasan “seneng ya punya barang iki” tapi ya kadang ngerasa “ngopo sih tuku barang iki?” Kayak rasa menyesal setelah sampai rumah.”*

Kesimpulan yang dapat diambil dari wawancara tersebut adalah gaya hidup dapat mempengaruhi seseorang untuk berperilaku konsumtif. Gaya hidup hedonis yang menjadi sorotan dari hasil wawancara di atas adalah gaya hidup mahasiswa yang senang *shopping* (berbelanja) atau bahkan cenderung gila *shopping*. Mahasiswa yang memiliki gaya hidup hedonis akan cenderung berperilaku konsumtif dalam menggunakan uang yang dimiliki serta mudah membeli barang

tanpa menimbang antara kebutuhan dengan keinginan. Barang yang dibeli hanya berdasarkan pada pasangan, kesukaan, keinginan memiliki, keinginan mengimbangi lingkungan, dan keinginan untuk sama dengan idola.

Penelitian Anggraini & Santhoso (2017) mengungkapkan bahwa terdapat hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada 141 mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas “Y” dengan  $r_{xy} = 0,595$ ,  $p = 0,000$  ( $p < 0,05$ ). Selain itu, penelitian lainnya yang dilakukan pada 84 mahasiswi pendidikan dokter Universitas Baiturrahmah Padang memperoleh hasil yang sama dimana terdapat hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Penelitian serupa juga telah dilakukan pada 44 mahasiswa Ma’had Al Jami’ah UIN Raden Intan Lampung dimana berdasarkan hasil penelitian tersebut, terdapat pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa dengan kontribusi gaya hidup hedonis sebesar 12,7% perilaku konsumtif mahasiswa.

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan, maka dapat digambarkan bahwa gaya hidup hedonis dapat mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa” dengan hipotesis yang diajukan adalah terdapat hubungan positif antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa dimana semakin tinggi gaya hidup hedonis mahasiswa, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah gaya hidup hedonis pada mahasiswa maka semakin rendah pula perilaku konsumtifnya.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Apakah ada hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa?”.

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan oleh penulis, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa.

### **D. Manfaat Penelitian**

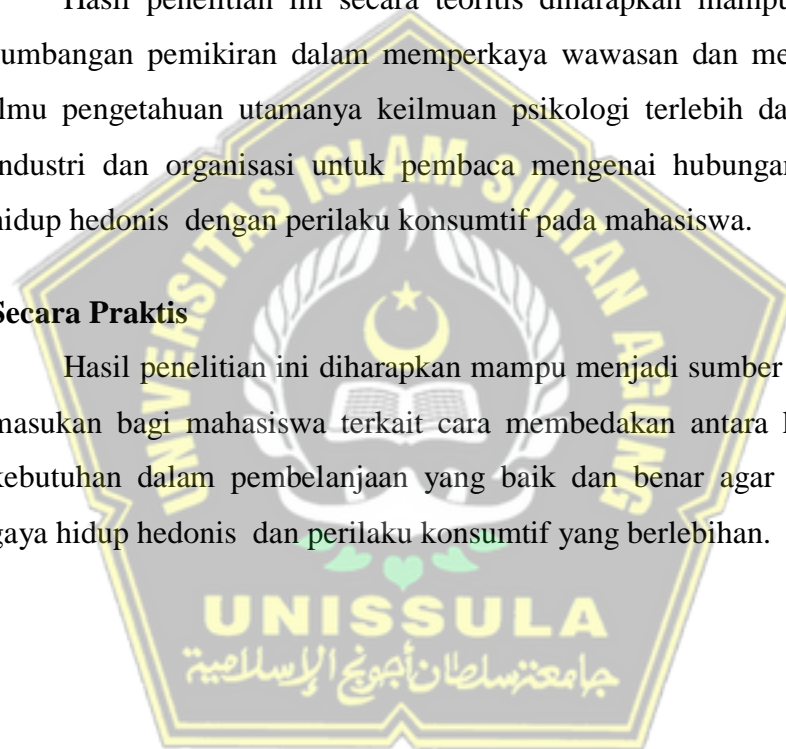
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat di antaranya:

#### **1. Secara Teoritis**

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan dan mengembangkan ilmu pengetahuan utamanya keilmuan psikologi terlebih dalam psikologi industri dan organisasi untuk pembaca mengenai hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa.

#### **2. Secara Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber informasi dan masukan bagi mahasiswa terkait cara membedakan antara keinginan dan kebutuhan dalam pembelanjaan yang baik dan benar agar terhindar dari gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif yang berlebihan.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Perilaku Konsumtif**

##### **1. Pengertian Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk membeli atau mengonsumsi barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan serta tidak didasari atas pertimbangan rasional. Apabila perilaku tersebut dibiarkan terus-menerus akan mengakibatkan terjadi tindakan pemborosan (Astuti, 2013). Pada sebagian besar kasus yang terjadi, perilaku konsumtif dilakukan tidak didasarkan pada kebutuhan, melainkan adanya hasrat dan keinginan semata. Pergeseran perilaku konsumen tidak lagi untuk memenuhi kebutuhan tetapi berdasarkan motivasi untuk mendapatkan suatu sensasi, tantangan, kegembiraan, sosialisasi dan menghilangkan stress. Selain itu memberikan pengetahuan baru tentang perkembangan trend dan model baru serta untuk menemukan barang yang baik dan bernilai bagi dirinya (Imawati, 2013).

Menurut Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) dalam Hotpascaman (2010) perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk mengonsumsi tanpa batas dan lebih mementingkan faktor keinginan daripada faktor kebutuhan. Pendapat lain dikemukakan oleh Arsy (dalam Devya, 2015) mengatakan bahwa konsumtif merupakan keinginan untuk mengonsumsi barang – barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal, konsumtif yang biasanya digunakan untuk menunjukkan perilaku konsumen yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bahkan menjadi kebutuhan pokok.

Menurut Lubis (dalam Sumartono, 2007), perilaku konsumtif adalah perilaku membeli yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak lagi rasional. Konsumtivisme merupakan paham hidup

secara konsumtif, dimana orang yang konsumtif dapat dikatakan tidak lagi mempertimbangkan fungsi atau kegunaan ketika membeli menurut Armstrong (dalam Devya,2015).

Berdasarkan beberapa pendapat oleh yang dikemukakan para ahli, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumtif merupakan sebuah perilaku individu yang memenuhi kebutuhannya atas dasar keinginan bukan atas dasar kebutuhan yang didasari oleh sebuah pertimbangan yang tidak rasional sehingga menjadikan individu tersebut berlebihan yang bersifat pemborosan.

## 2. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Tambunan (dalam Ajizah, 2010) mengemukakan aspek-aspek perilaku konsumtif yakni :

- a. Ada suatu keinginan untuk mengonsumsi secara berlebihan
- b. Pemborosan, perilaku konsumtif yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produknya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok. Perilaku ini hanya mendasar pada keinginan untuk mengonsumsi barang –barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal.
- c. Inefisiensi biaya, pola konsumsi seseorang terbentuk pola usia remaja yang biasanya mudah terbuju rayuan iklan, suka ikut – ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya sehingga menimbulkan inefisiensi biaya

Berdasarkan teori yang telah dipaparkan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga aspek perilaku konsumtif yang mendasar yakni mengonsumsi barang secara berlebihan, pemborosan, inefisiensi biaya.

## 3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan bagian dari perilaku konsumen sehingga dapat didekati dengan pendekatan teori perilaku konsumen. Perilaku konsumen dalam membeli barang dipengaruhi oleh berbagai faktor,



dan dikategorikan menjadi dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal menurut Engel dkk (Hasibuan, 2010):

a. Faktor Internal

1) Motivasi

Kebanyakan dari kebutuhan yang tidak cukup kuat untuk memotivasi seseorang untuk bertindak pada suatu saat tertentu. Suatu kebutuhan akan berubah menjadi motif apabila kebutuhan ini telah mencapai tingkat tertentu. Motif adalah suatu kebutuhan yang cukup menekan seseorang untuk mengejar kepuasan seseorang akan melakukan perilaku konsumtif berdasarkan kebutuhan yang dimiliki.

2) Kepribadian

Faktor ini mempengaruhi perilaku konsumtif dalam pengambilan keputusan pembelian. Kepribadian dalam perilaku konsumtif diartikan sebagai respon yang konsisten terhadap stimulasi lingkungan

3) Proses

Merupakan aktifitas manusia yang dilakukan sepanjang hidupnya. Pembelajaran adalah hasil dari pemrosesan informasi secara sadar (pada perilaku membeli produk yang memerlukan keterlibatan tinggi). Tidak sadar ataupun tidak terfokus (pada perilaku membeli produk yang tidak memerlukan keterlibatan tinggi).

4) Sikap

Sikap merupakan evaluasi, perasaan, emosional, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap suatu objek atau gagasan.

5) Gaya Hidup

Perilaku konsumtif sebagai pola aktifitas, minat dan pendapat konsumtif yang konsisten dengan kebutuhan dan nilai-nilai yang

dianutnya. Gaya hidup selalu berkaitan dengan pilihan barang dan jasa yang dipergunakan.

b. Faktor Eksternal

1) Kebudayaan

Budaya merupakan milik bersama dalam suatu masyarakat atau komunitas dan budaya juga bersifat dinamis. Dalam setiap budaya terdapat nilai-nilai dasar yang mendominasi perilaku, konsep diri yang ideal dan sosial prioritas hidup, dan sebagai konsumen berperan dalam pemilihan produk.

2) Kelas Sosial

Setiap kelas sosial terdapat suatu faktor-faktor gaya hidup yang spesifik (keyakinan, setiap kegiatan, dan perilaku yang sama) yang dapat membedakan anggota-anggota satu kelas sosial dari anggota-anggota kelas sosial lainnya.

3) Keluarga

Anggota keluarga pembeli dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembeli. Keluarga dan anak keluarga, terutama dalam budaya yang cenderung kolektif (bukan individu) sangat menentukan perilaku pilihan produk dan aktifitas pembelian.

4) Kelompok

Orang sering dipengaruhi oleh kelompok dimana ia menjadi anggotanya. Kelompok dapat mempengaruhi orang pada perilaku dan gaya hidup seperti pemilihan produk dan merek yang dipilih seseorang.

Pendapat lain diungkapkan oleh Standon dalam (Mutia, 2011) yaitu terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, yakni:

a. Faktor Kebudayaan:

1) Kebudayaan

Manusia dengan kemampuan akal budinya telah mengembangkan berbagai macam sistem perilaku demi keperluan

hidupnya. Faktor budaya mempunyai pengaruh paling luas dan mendalam dalam perilaku konsumen. Kebudayaan merupakan simbol dan fakta yang kompleks, diciptakan manusia, dan diturunkan dari generasi ke generasi sebagai penentu dan pengatur perilaku manusia dalam masyarakat yang ada.

2) Sub-budaya

Setiap kebudayaan terdiri dari sub-budaya yang lebih kecil memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Setiap subbudaya tersebut memiliki pola tersendiri dalam menentukan produk yang akan dipergunakan yang akhirnya mempengaruhi pola konsumsinya.

3) Kelas Sosial

Kelas sosial adalah kelompok-kelompok yang relative homogeny dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan keanggotaannya mempunyai nilai, minat dan perilaku yang sama. Status kelas sosial kerap menghasilkan bentuk-bentuk perilaku konsumen yang berbeda.

b. Faktor Sosial :

1) Kelompok Referensi

Sawastha dan Handoko (2000), menyatakan bahwa manusia sejak lahir mempunyai keinginan untuk menjadi satu dengan lingkungannya dan berinteraksi dengan manusia lain. Keinginan tersebut menimbulkan kelompok sosial yaitu kesatuan sosial yang menjadi tempat individu berinteraksi satu sama lain. Kelompok sosial ini sering disebut juga sebagai kelompok acuan. Kelompok acuan adalah kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap pendirian atau perilaku seseorang.

2) Keluarga

Keluarga merupakan pengaruh utama dalam pembentukan sikap dan perilaku seseorang. Peranan setiap anggota keluarga dalam

membeli berbeda-beda menurut barang yang akan dibelinya, anggota keluarga dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku membeli (Swastha dan Handoko, 2000).

### 3) Peran dan Status

Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat didefinisikan dalam peran dan status. Keputusan seseorang dalam pembelian dipengaruhi oleh peran dan status di dalam kelompok tersebut.

### c. Faktor Pribadi :

#### 1) Umur dan tahapan dalam siklus hidup

Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup, seseorang akan mengkonsumsi suatu produk sesuai dengan kebutuhan pada usia tertentu. Orang-Orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat menjalani hidupnya.

#### 2) Pekerjaan

Seseorang mempengaruhi minat dalam membeli. Seseorang dengan pekerjaan yang berbeda tentunya akan mempunyai kebutuhan yang berbeda pula. Dan hal ini dapat menyebabkan seseorang berperilaku konsumtif untuk menyesuaikan diri dengan pekerjaannya.

#### 3) Keadaan Ekonomi

Orang yang mempunyai uang yang akan cenderung lebih senang membelanjakan uangnya untuk membeli barang-barang, sedangkan orang dengan ekonomi rendah akan cenderung hemat.

#### 4) Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup didunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan “seseorang secara keseluruhan” yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan

sesuatu dibalik kelas sosial seseorang serta berkaitan dengan pemilihan produk-produk yang akan digunakan.

#### 5) Kepribadian

Kepribadian dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk dari sifat-sifat yang ada pada individu yang sangat menentukan perilakunya. Kepribadian dapat diuraikan dalam sifat-sifat percaya diri, dominasi, kemudahan bergaul, otonomi, mempertahankan diri, menyesuaikan diri, dan keagresifan.

#### d. Faktor psikologis:

##### 1) Motivasi

Kohler (2006) motivasi atau dorongan adalah suatu kebutuhan yang dapat mendorong seseorang untuk bertindak. Motivasi seseorang dalam membeli adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan yang diserahkan untuk mengurangi rasa ketegangan.

##### 2) Persepsi

Persepsi dapat didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memilih mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan sesuatu gambaran yang berarti untuk dapat mengambil suatu keputusan termasuk dalam mengkonsumsi produk.

##### 3) Belajar

Perubahan perilaku terjadi karena adanya pengalaman. Proses belajar menggambarkan perubahan dalam perilaku individu yang bersumber dari pengalaman. Proses pembelian oleh konsumen merupakan proses belajar yang terjadi bila konsumen ingin menanggapi dan memperoleh suatu kepuasan.

##### 4) Kepercayaan

Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu. Jika telah memiliki kepercayaan terhadap suatu produk, maka orang tersebut mudah terujuk untuk mengkonsumsi produk tersebut.

Berdasarkan teori yang telah dipaparkan maka kesimpulannya adalah faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif antara lain faktor internal yaitu, motivasi, proses belajar dan pengalaman, kepribadian dan konsep diri, keadaan ekonomi, gaya hidup dan sikap. Juga adanya factor eksternal yaitu, faktor kebudayaan, kelas social, keluarga dan kelompok acuan.

## B. Gaya hidup hedonis

### 1. Pengertian Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup (*lifestyle*) merupakan gambaran tingkah laku atau pola dan cara hidup yang ditunjukkan dengan bagaimana aktivitas seseorang, minat, dan ketertarikan serta apa yang dipikirkan tentang diri sendiri sehingga membedakan statusnya dari orang lain dan lingkungan melalui lambang-lambang sosial yang dimiliki (Hierofani, 2020).

(Sumarwan, 2011) mengungkapkan bahwa gaya hidup sering digambarkan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (*activities, interests, and opinions*). Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah. Seseorang mungkin dengan cepat mengganti model dan merek pakainnya karena menyesuaikan dengan perubahan dalam hidupnya.

Menurut Plummer (1983), gaya hidup adalah cara hidup individu yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu (aktivitas), apa yang dianggap penting dalam hidupnya (ketertarikan) dan apa yang dipikirkan tentang dunia sekitarnya. Definisi ini hampir sama dengan yang dikatakan oleh (Kotler & Keller, 2012), yang mendefinisikan gaya hidup sebagai pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup juga menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia.

Gaya hidup (Thamrin & Adnan, 2021) merupakan kebiasaan seseorang yang sesuai dengan perkembangan zaman atau tindakan yang

membedakan antara satu orang dengan orang lain, yang berfungsi dalam inte raksi dengan cara-cara yang mungkin tidak dapat dipahami oleh yang tidak hidup dalam masyarakat modern. Gaya hidup sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan oleh seseorang, namun hanya sekedar mempertahankan ego atau tidak mau kalah dengan yang lain sehingga mengikuti trend.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia hedonisme adalah pandangan yang menganggap kesenangan dan kenikmatan materi sebagai tujuan utama dalam hidup. Secara etimologi kata hedonisme berasal dari bahasa Yunani “hedone” yang berarti kesenangan, hedonisme adalah pandangan moral bahwa hal yang baik hanya kesenangan. Hedonisme adalah suatu pandangan hidup yang menganggap bahwa orang akan menjadi bahagia dengan mencari kebahagiaan sebanyak mungkin dan menghindari perasaan-perasaan yang menyakitkan (Pratiwi, 2019).

Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain dengan teman, senang dengan keramaian kota, senang membeli barang-barang mahal (*branded*) sekedar untuk memenuhi hasratnya, cenderung ikut-ikutan (*followers*) dalam gaya hidupnya dan selalu ingin menjadi pusat perhatian (Kasali, 2003).

(Sudarsih, 2007) menyatakan bahwa hedonisme menggejala sebagai sikap hidup yang memuja kenikmatan dan kebahagiaan dari sisi materi saja. Kenikmatan selalu dipandang sebagai suatu yang sifatnya jasmaniah saja, nilai jasmaniah sebagai nilai utama. Hedonisme adalah sebuah doktrin yang menyatakan bahwa kesenangan adalah yang paling penting dalam hidup atau dapat diartikan sebagai paham yang dianut orang-orang yang mencari kesenangan hidup semata.

Adapula pendapat lain seperti yang dikemukakan oleh (Veenhoven, 2007) bahwa individu yang hidup dengan gaya hidup hedonis adalah individu yang memandang secara positif mengenai kesenangan dan akan memanfaatkan sekecil apapun peluang untuk untuk mencapai kesenangan yang diharapkan.

Teori hedonistic menyatakan bahwa segala perbuatan manusia, baik disadari maupun tidak, baik timbul dari kekuatan dalam ataupun luar pada dasarnya memiliki tujuan yang satu, yaitu mencari hal-hal yang menyenangkan dan menghindari hal-hal yang menyakitkan. Hedonis merupakan salah satu dari teori motivational yang cocok dengan prinsip arah tujuan yang dianggapnya paling menarik (Utami, 2012).

Maka berdasarkan beberapa teori yang terurai diatas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup hedonis merupakan gaya hidup mewah, gaya hidup yang bersifat mencari kesenangan dalam hidupnya dan menghindari hal-hal yang menyakitkan, lebih mementingkan keinginan atau hasrat dari pada kebutuhan, yang cara pengaplikasiannya dengan menggunakan uang dan waktu yang dimilikinya untuk hal-hal yang kurang bermanfaat yang mengakibatkan timbulnya sifat boros.

## **2. Aspek-aspek Gaya Hidup Hedonis**

Well dan Tigert (Nadzir & Ingariati, 2015) mengemukakan bahwa gaya hidup hedonis terdiri dari 3 aspek:

- a. Minat yaitu apa saja yang menarik dalam lingkungan individu, sehingga individu tersebut akan memilih untuk memperhatikannya. Minat akan muncul terhadap objek, peristiwa, ataupun topic yang terdapat unsur kesenangan didalamnya. Fashion, benda mewah, makanan, misalnya.
- b. Aktivitas yaitu suatu cara seseorang dalam penggunaan waktu yang berwujud tindakan nyata dan dapat dilihat oleh mata kepala. Menghabiskan waktu luang di luar rumah, misalnya. Pergi ke pusat perbelanjaan, café, dan membeli barang – barang yang memang kurang perlu.
- c. Opini yaitu pendapat seseorang dalam merespon situasi disaat muncul pernyataan, isu social dan produk yang berkaitan dengan hidup.



Sholihah dan Kuswardani (Felicia, Elvinawaty, & Hartini, 2014) menjelaskan aspek-aspek dari gaya hidup hedonis me, yaitu :

- a. Mendapatkan kesenangan hidup, yakni kecenderungan ingin mendapatkan kesenangan dalam hidupnya.
- b. *Interest* (minat), yakni tertarik pada hal-hal yang sifatnya baru, dan peka akan inovasi baru.
- c. Kepribadian, seperti kecenderungan impulsif, suka menjadi pusat perhatian dan suka ikut-ikutan.

### 3. Macam-macam Gaya Hidup Hedonis

Epihurus (Russel, 2004) macam macam gaya hidup hedonis dapat dibedakan menjadi dua, yaitu,

- a. Hedonisme egoistis

Hedonisme egoistis adalah salah satu gaya hidup hedonis yang bertujuan untuk mendapatkan kesenangan semaksimal mungkin. Kesenangan yang dimaksud adalah dapat dinikmati dengan waktu yang lama dan mendalam, contohnya makan di tempat yang mahal dan enak dengan jumlah dan jenisnya yang banyak, kemudian disediakan pola waktu yang cukup lama untuk menikmati semuanya pada perjamuan makan ala Romawi.

- b. Hedonisme universal

Hedonisme universal adalah suatu gaya hidup hedonis yang bertujuan untuk mendapatkan kesenangan maksimal bagi semua yang mencakup banyak orang. Contohnya apabila individu sedang berdansa maka haruslah berdansa bersama-sama dan waktunya semalam suntuk, serta tidak boleh ada seorangpun yang tidak hadir, ataupun kesenangan-kesenangan lainnya yang dapat dinikmati bersama-sama.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat dua macam gaya hidup hedonis , yaitu, hedonisme egoistis yang berpusat pada kesenangan hidup secara pribadi dan gaya hidup hedonis me universal yang mengutamakan kesenangan hidup bersama.

#### 4. Karakteristik Gaya Hidup Hedonis

Swastha dalam (Putri, 2009) mengatakan bahwa karakteristik individu yang memiliki gaya hidup hedonis yaitu:

- a. Suka mencari perhatian yaitu lebih merasa senang jika dirinya diperhatikan oleh orang lain
- b. Cenderung impulsif yaitu melakukan suatu hal seperti membeli suatu produk secara tiba-tiba tanpa memikirkannya terlebih dahulu
- c. Cenderung *follower* (ikut-ikutan) yaitu mudah terpengaruh untuk mengikuti kelompok pertemanannya yang mempunyai gaya hidup hedonis me.
- d. Kurang rasional yaitu melakukan suatu tindakan tanpa memikirkannya secara matang
- e. Mudah dipengaruhi yaitu tidak memiliki pendirian yang kuat sehingga mudah untuk terpengaruh dengan orang lain

Menurut Susanto (Martha, 2010) menyatakan bahwa atribut kecenderungan gaya hidup hedonis meliputi

- a. Lebih senang mengisi waktu luang di tempat-tempat seperti mal, kafe, dan restoran-restoran makanan siap saji (*fast food*)
- b. Memiliki sejumlah barang-barang dengan merek presticius atau barang *branded*

Berdasarkan uraian di atas, ditarik kesimpulan berdasarkan pendapat para ahli tersebut bahwa karakteristik gaya hidup hedonis meliputi suka mencari perhatian, cenderung impulsif, cenderung *follower*, kurang rasional, mudah dipengaruhi, senang mengisi waktu luang di tempat-tempat tongkrongan, dan memiliki sejumlah barang *branded*.

#### C. Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa

Karakteristik remaja yang cenderung labil dan mudah dipengaruhi menjadikan remaja sebagai target pemasaran oleh berbagai produk industri (Aryani, 2010), Hal tersebut mendorong munculnya berbagai gejala perilaku

konsumsi yang tidak wajar, seperti membeli suatu barang bukan atas dasar kebutuhannya. Menurut Sarwono dalam (Farida, 2006), salah satu gejala tersebut adalah perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai suatu tindakan oleh konsumen dalam mendapatkan, menggunakan, dan mengambil keputusan dalam memilih suatu barang yang belum menjadi prioritas utama, hanya karena ingin mengikuti mode, mencoba produk baru, bahkan hanya untuk memperoleh pengakuan sosial dengan dominasi factor emosi sehingga menimbulkan perilaku konsumtif.

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah gaya hidup. Menurut Hawkins (2007), gaya hidup seseorang mempengaruhi kebutuhan, keinginan, serta perilakunya termasuk perilaku dalam mengonsumsi suatu produk. Gaya hidup juga sering dijadikan sebagai motivasi dasar dan pedoman dalam membeli sesuatu. Hal ini artinya, individu dalam membeli suatu produk mengacu pada gaya hidup yang dianutnya.

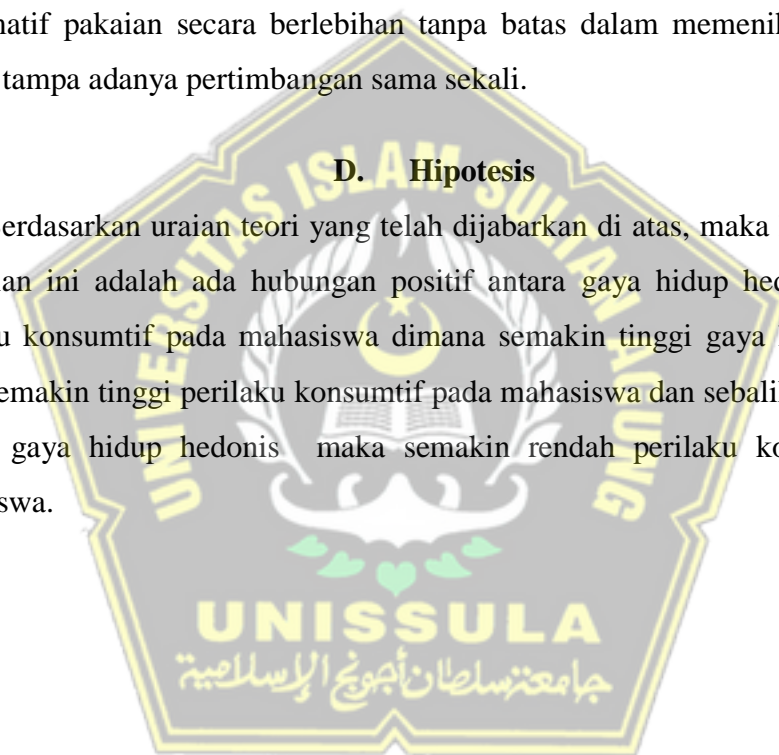
Salah satu jenis gaya hidup pada individu adalah gaya hidup hedonis . Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang-barang mahal (*branded*) untuk memenuhi hasratnya, cenderung *followers* dalam gaya hidupnya dan selalu ingin menjadi pusat perhatian (Kasali, 2003).

Gaya hidup hedonis memiliki sifat dan karakteristik perilaku atau budaya yang menginginkan keseluruhan kehidupan penuh dengan kesenang-senangan yang bisa dirasakan dan memuaskan keinginan, sehingga tujuan akhir dari kehidupan ini adalah kesenangan. Maka gaya hidup hedonis merupakan penyebab utama terjadinya perilaku konsumtif yang sering terjadi di kalangan mahasiswi. Mahasiswi yang memiliki gaya hidup hedonis akan selalu mengutamakan yang kebutuhan sekunder atau tersier yang bukan merupakan kebutuhan terpenting dalam hidup, sehingga mengakibatkan terjadinya perilaku konsumtif dan mendorong untuk berbelanja tanpa berfikir panjang atau dapat dikatakan sebagai perilaku konsumtif.

Menurut Plummer (1983), gaya hidup merupakan cara hidup individu yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu (aktivitas), apa yang dianggap penting dalam hidupnya (ketertarikan) dan apa yang dipikirkan tentang dunia sekitarnya. Dalam hal ini dapat diketahui bahwa gaya hidup hedonis memiliki hubungan positif dengan perilaku konsumtif. Ketika seseorang senang mengisi waktu luang yang dimiliki dengan bersenang-senang seperti halnya dengan berbelanja di pusat perbelanjaan, hal ini artinya bahwa individu tersebut mempunyai kecenderungan gaya hidup hedonis yang ditunjukkan dengan perilaku konsumtif pakaian secara berlebihan tanpa batas dalam memenuhi kesenangan semata tanpa adanya pertimbangan sama sekali.

#### **D. Hipotesis**

Berdasarkan uraian teori yang telah dijabarkan di atas, maka hipotesis pada penelitian ini adalah ada hubungan positif antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa dimana semakin tinggi gaya hidup hedonis maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada mahasiswa dan sebaliknya, semakin rendah gaya hidup hedonis maka semakin rendah perilaku konsumtif pada mahasiswa.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Identifikasi Variabel**

Identifikasi variabel dilakukan untuk menentukan variabel utama dalam sebuah penelitian dan menentukan masing-masing fungsinya (Azwar, 2012). Variabel penelitian perlu dijelaskan sebelum pengujian hipotesis. Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (X) : Gaya hidup hedonis
2. Variabel Tergantung (Y) : Perilaku konsumtif

#### **B. Definisi Operasional**

##### **1. Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif adalah kegiatan membeli dan menggunakan barang secara berlebihan yang dilakukan tanpa dasar dan tidak mempertimbangkan kegunaan ataupun manfaat barang yang dibeli. Individu yang melakukan perilaku konsumtif lebih mementingkan keinginan dan melakukan perilaku tersebut untuk memenuhi kepuasan diri. Pada penelitian ini, perilaku konsumtif diukur dengan skala yang disusun berdasarkan aspek-aspek dari Fromm (2017) yang terdiri dari pembelian impulsif, pemborosan, tidak bernilai kebutuhan dan ingin lebih dari orang lain. Semakin tinggi skor yang diperoleh maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif begitupun sebaliknya semakin rendah skor yang diperoleh maka semakin rendah juga perilaku konsumtif pada mahasiswa.

##### **2. Gaya Hidup Hedonis**

Gaya hidup hedonis adalah perilaku individu yang hidup dengan mewah, bersifat selalu mencari kesenangan serta lebih mementingkan keinginan atau hasrat daripada kebutuhan. Gaya hidup hedonis diukur menggunakan skala yang disusun berdasarkan aspek gaya hidup hedonis menurut Well & Tigert dalam (Rianton, 2013) yaitu minat, aktivitas dan opini. Semakin tinggi skor yang diperoleh dari skala gaya hidup hedonis

maka semakin tinggi gaya hidup hedonis pada subjek penelitian. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah skor yang diperoleh, maka semakin rendah gaya hidup hedonis pada mahasiswa.

### C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah dimana objek dan subjek digeneralisasikan dan memiliki sifat yang dapat dipelajari dan kemudian ditarik intisari dari penelitian (Sugiyono, 2014). Populasi penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung (Unissula) Semarang. Adapun berikut merupakan data jumlah mahasiswa aktif pada setiap angkatan:

**Tabel 1. Jumlah Mahasiswa Aktif Fakultas Hukum Unissula**

No.	Angkatan	Jumlah
1.	2019	467
2.	2020	422
3.	2021	358
4.	2022	456
<b>Total</b>		<b>1703</b>

#### 2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari populasi yang mempunyai sifat yang sama dan yang akan digunakan di dalam sebuah penelitian (Sugiyono, 2014). Sampel pada penelitian ini minimal berjumlah 289 responden yaitu mahasiswa aktif fakultas hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang angkatan 2019-2022 dengan taraf kesalahan 5% menurut tabel penentuan jumlah sampel dari Isaac dan Michael (Sugiyono, 2010).

#### 3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *cluster random sampling* yakni teknik pengambilan sampel secara acak yang digunakan untuk pengambilan data yang ingin diteliti yang dilakukan apabila populasi tidak terdiri dari beberapa individu. Pemilihan teknik sampling ini didasarkan dari beberapa kelompok atau *cluster*

(Sugiyono, 2017). Pengambilan sampel menggunakan teknik *cluster random sampling* ditentukan oleh peneliti yaitu pada mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung (Unissula) Semarang angkatan 2019-2022.

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala. Skala digunakan untuk mengetahui ciri-ciri atau karakteristik suatu hal berdasarkan suatu ukuran tertentu dan dapat membedakan serta menggolongkan karakteristik tersebut (Rangkuti, 2007). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan wawancara sebagai pembukanya dan dilanjutkan dengan alat ukur penelitian untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Skala merupakan alat ukur psikologi yang terbuat dari berbagai pertanyaan yang telah dirangkai sedemikian rupa sehingga respon jawaban yang diberikan nanti akan dikasih skor sesuai dengan yang dijawab dan didefinisikan (Sugiyono, 2017). Adapun skala yang dijadikan alat penelitian yaitu skala gaya hidup hedonis dan skala perilaku konsumtif.

##### **1. Skala Gaya Hidup Hedonis**

Penyusunan skala gaya hidup hedonis pada penelitian ini berdasarkan aspek gaya hidup hedonis yang dikemukakan oleh Well & Tigert dalam (Engel, Blackwell & Miniard, 1994) yaitu minat, aktivitas dan opini. Skala gaya hidup hedonis terdiri dari aitem *favorable* yaitu respon positif yang mendukung pernyataan dan aitem *unfavorable* yaitu respon negatif atau yang menentang atau menegasikan isi pernyataan (Azwar 2017).

Penyajian skala gaya hidup dibedakan dalam 4 bentuk pilihan jawaban, yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS) dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Indikator dari aitem-aitem tersebut dibedakan menjadi dua macam pernyataan, yaitu *favorable* dengan skor berkisar 1 sampai 4 untuk jawaban SS = 4, S = 3, TS = 2, STS = 1 dan indikator aitem *unfavorable* untuk jawaban SS = 1, S = 2, TS = 3 dan STS = 4. Adapun *blueprint* skala gaya hidup hedonis adalah sebagai berikut:

**Tabel 2. Blueprint Skala Gaya hidup hedonis**

No.	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Minat	5	5	10
2.	Aktivitas	5	5	10
3.	Opini	5	5	10
<b>Total</b>		<b>15</b>	<b>15</b>	<b>30</b>

## 2. Skala Perilaku Konsumtif

Penyusunan skala perilaku konsumtif pada penelitian ini adalah berdasarkan aspek perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Fromm (1995) yang terdiri dari aspek pembelian impulsif, pemborosan, tidak bernilai kebutuhan dan ingin lebih dari orang lain. Penyajian skala perilaku konsumtif dibedakan dalam 4 bentuk pilihan jawaban, yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS) dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Indikator dari aitem-aitem tersebut dibedakan menjadi dua macam pernyataan, yaitu *favorable* dengan skor berkisar 1 sampai 4 untuk jawaban SS = 4, S = 3, TS = 2, STS = 1 dan indikator aitem *unfavorable* untuk jawaban SS = 1, S = 2, TS = 3 dan STS = 4. Adapun *blueprint* skala perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. Blueprint Skala Perilaku Konsumtif**

No.	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Pembelian Impulsif	4	4	8
2.	Pemborosan	4	4	8
3.	Tidak bernilai kebutuhan	4	4	8
4.	Ingin lebih dari orang lain	4	4	8
<b>Jumlah</b>		<b>16</b>	<b>16</b>	<b>32</b>

### E. Validitas, Uji Daya Beda Aitem dan Reliabilitas

#### 1. Validitas

Validitas didefinisikan sebagai suatu derajat ketepatan antara data yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2017). Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas isi (*content validity*) yaitu validitas yang diestimasi melalui pengujian terhadap isi tes dengan analisis rasional atau lewat *profesional judgement*, dalam hal ini adalah dosen



pembimbing (Azwar, 2012) sehingga dapat mengukur aitem – aitem pada alat ukur yang digunakan mampu mewakili aspek – aspek yang diukur dalam penelitian ini.

## 2. Daya Beda Aitem

Uji daya beda atau diskriminasi aitem dilakukan untuk menyeleksi aitem dari skala yang berfungsi untuk mengetahui sejauh mana aitem mampu membedakan antara individu atau kelompok individu yang memiliki dan yang tidak memiliki atribut yang diukur (Azwar, 2012). Indeks daya diskriminasi aitem merupakan indikator keselarasan atau konsistensi antara fungsi aitem dengan fungsi skala secara keseluruhan yang dikenal dengan istilah konsistensi aitem-total.

Batasan kriteria pemilihan aitem didasarkan pada korelasi aitem total  $r_{ix} \geq 0,30$  yaitu seluruh aitem yang memiliki skor minimal 0,30 daya bedanya dianggap memuaskan, sedangkan aitem dengan harga  $r_{ix}$  atau  $r_{i(x-i)}$  di bawah 0,30 diartikan sebagai aitem bedanya rendah. Sebaliknya jika jumlah aitem yang lolos belum mencukupi bisa dipertimbangkan dengan menurunkan batas kriteria menjadi 0,25 (Azwar, 2016).

## 3. Reliabilitas

Reliabilitas adalah sejauhmana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya dan dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda apabila dilakukan kembali terhadap subjek yang sama (Azwar, 2012). Alat ukur bisa dikatakan baik jika bisa memberikan skor yang konsisten dengan tingkat kesalahan pengukuran yang relating rendah. Hasil reliabilitas yang dihasilkan dapat dikatakan reliabel ketika menunjukkan angka 0-1,00. Hasil yang mendekati nilai 1,00 maka pengukuran tersebut semakin reliable. Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistic product service solution*) versi 20.00 for Windows.

## F. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan untuk mencari hubungan antara gaya hidup hedonis sebagai variabel bebas dan perilaku konsumtif sebagai variabel tergantung dengan pengumpulan data melalui skala adalah dengan analisis korelasi *product moment*. Analisis data merupakan bentuk penganalisan seluruh data dari responden dan data lain yang telah dikumpulkan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan korelasi *product moment* dikarenakan terdapat dua variabel penelitian yang mana kedua variabel tersebut ingin diketahui korelasinya yang dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistic product service solution*) versi 20.00 *for Windows*.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Orientasi Kancah dan Persiapan Penelitian**

##### **1. Orientasi Kancah**

Orientasi kancah penelitian adalah tahap awal sebelum penelitian dilaksanakan guna merencanakan dan mempersiapkan sebuah penelitian agar proses yang dijalankan berjalan dengan lancar. Penelitian ini berlokasi di Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung yang terletak di Jalan Kaligawe Rawa KM 4 Kota Semarang.

Sejarah berdirinya universitas ini bermula pada tanggal 20 Mei 1962 yang bertepatan pada 16 Dzulhijjah 1381 H, Yayasan Badan Wakaf Sultan Agung (YBWSA) membangun Universitas Islam Sultan Agung (Unissula) yang menjadikannya sebagai perguruan tinggi swasta Islam paling tua di Kota Semarang, Jawa Tengah. Tiga fakultas pertama yang dibangun antara lain yaitu Fakultas Ilmu Pasti Alam, Fakultas Agama Islam dan Fakultas Ekonomi. Sementara itu, pada tahun 1963 berkembang menjadi 5 fakultas dengan tambahan Fakultas Hukum dan Fakultas Teknik UNISSULA dan sekarang mengalami berkembang pesat menjadi 12 Fakultas dari 3 Diploma (D3), 27 program sarjana (S1), 5 program Pascasarjana (S2) dan 3 program Magister (S3) dan salah satu fakultasnya yaitu Fakultas Hukum yang menjadi lokasi pada penelitian ini.

Penelitian ini dimulai dengan studi pendahuluan berupa wawancara kepada sejumlah mahasiswa Fakultas Hukum Unissula mengenai perilaku konsumtif. Langkah selanjutnya yang peneliti lakukan yaitu memilih subjek yang sesuai dengan kriteria penelitian serta mempersiapkan perlengkapan yang akan dipakai saat penelitian. Kemudian, teori dicari oleh peneliti sebagai landasan penelitian serta pengumpulan data yang diperlukan ketika penelitian.

Alasan peneliti memilih Fakultas Hukum Unissula sebagai subjek penelitian yaitu:

- a. Penelitian serupa belum pernah dilakukan dengan variabel gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif di lokasi tersebut.
- b. Jumlah serta ciri-ciri mahasiswa yang diteliti sesuai persyaratan yang telah ditentukan pada penelitian.
- c. Ada izin dari pihak Fakultas Hukum Unissula untuk melaksanakan penelitian.

## 2. **Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian**

Persiapan yang matang ada dalam penelitian yang baik untuk menghindari kesalahan serta kekurangan ketika melakukan penelitian. Peneliti melaksanakan persiapan seperti berikut:

### a. Penentuan Subjek

Penentuan subjek penelitian merupakan tahapan pertama yang dilakukan peneliti. Teknik *cluster random sampling* digunakan oleh peneliti, melalui pengundian kelas-kelas yang ada untuk dipilih sebagai subjek penelitian. Kemudian peneliti memperoleh 2 angkatan yang menjadi subjek pada penelitian ini yaitu 2019 dan 2020 sementara angkatan 2021 dan 2022 menjadi subjek *try out* atau uji coba skala penelitian.

### b. Persiapan Perijinan

Peneliti melaksanakan langkah seterusnya yaitu membuat surat perijinan penelitian di Fakultas Hukum Unissula. Peneliti membuat permohonan surat secara resmi dari Fakultas Psikologi Unissula dengan nomer surat 1266/C.1/Psi-SA/X/2023 yang ditujukan kepada Dekan.

Setelah mendapatkan izin, peneliti meminta data jumlah mahasiswa akfti dan menggunakan data tersebut guna menentukan berapa banyak jumlah sampel yang akan digunakan.

### c. Penyusunan Alat Ukur

Untuk memperoleh data berbentuk skala, alat ukur penelitian disusun berdasarkan indikator setiap variabel mencakup variabel gaya hidup hedonis serta perilaku konsumtif sebagai landasan dalam membuat alat ukur berdasarkan teori. Dua skala digunakan pada penelitian ini yaitu skala perilaku konsumtif serta skala gaya hidup hedonis. Setiap skala mencakup dua bentuk aitem yaitu *favorable* serta *unfavorable*. *Favorable* dapat diartikan dengan pernyataan yang mendukung variabel yang akan diukur sedangkan *unfavorable* yaitu pernyataan yang tidak mendukung variabel yang akan diukur (Azwar, 2012). Kedua skala memiliki empat alternatif jawaban meliputi SS (sangat sesuai), S (sesuai), N (antara sesuai dan tidak sesuai), TS (tidak sesuai), dan STS (sangat tidak sesuai). *Blueprint* dari kedua skala yaitu:

#### 1) Skala Perilaku Konsumtif

Skala ini disusun oleh peneliti dengan merujuk pada aspek perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Fromm (1995) sebagaimana yang tertera pada tabel di bawah. Adapun sebaran aitem pada skala ini juga dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. Sebaran Aitem Skala Perilaku Konsumtif**

No	Aspek	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	Jumlah
1.	Kognitif	1, 7, 13, 19	4, 10, 16, 22	8
2.	Motivasi	2, 8, 14, 20	5, 11, 17, 23	8
3.	Afeksi	3, 9, 15, 21	6, 12, 18, 24	8
<b>Total</b>		12	12	24

#### 2) Skala Gaya Hidup Hedonis

Skala ini disusun oleh peneliti dengan merujuk pada aspek gaya hidup hedonis yang dikemukakan oleh Well & Tigert dalam (Engel, Blackwell & Miniard, 1994) sebagaimana yang tertera pada tabel di bawah. Adapun sebaran aitem dalam skala ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 5. Sebaran Aitem Skala Gaya hidup hedonis**

No	Aspek	Favorable	Unfavorable	Jumlah
1.	Minat	1, 2, 13, 14	7, 8, 19, 20	8
2.	Aktivitas	3, 4, 15, 16	9, 10, 21, 22	8
3.	Opini	5, 6, 17, 18	11, 12, 23, 24	8
<b>Total</b>		<b>12</b>	<b>12</b>	<b>24</b>

## d. Uji Coba Alat Ukur

Sebelum penelitian, tahap yang dilakukan oleh peneliti yaitu menguji alat ukur yang akan dipakai guna melihat kualitas alat ukur dalam penelitian ini. Uji coba alat ukur dilaksanakan pada tanggal 31 Oktober 2023. Adapun rincian uji coba adalah sebagai berikut:

**Tabel 6. Data Subjek Uji Coba**

No.	Angkatan	Jumlah Keseluruhan	Jumlah yang Mengisi
1.	2021	358	102
2.	2022	456	48
<b>Total</b>		<b>814</b>	<b>150</b>

Skala uji coba dibagikan secara langsung di Fakultas Hukum Unissula kepada mahasiswa seperti yang tertera pada tabel dan sebanyak 150 mahasiswa telah mengisi dan menyerahkan kembali skala penelitian kepada peneliti. Selanjutnya, skala yang sudah penuh terisi diberi skor dan dianalisis dengan SPSS *versi 23*.

## e. Uji Daya Beda dan Estimasi Reliabilitas Alat Ukur

Uji daya beda aitem serta estimasi reliabilitas dipakai guna mengidentifikasi aitem yang mempunyai daya beda rendah sehingga tidak dapat dimasukkan ke dalam analisis selanjutnya serta untuk mengetahui tingkat reliabilitas alat ukur yang dibuat. Nilai daya beda aitem dianggap tinggi apabila  $\geq 0,300$  hingga aitem ini dapat masuk pada analisis selanjutnya. Maka dapat dikategorikan mempunyai daya beda yang sangat baik, sedangkan aitem yang memiliki koefisien korelasi  $\leq 0,300$  masuk ke dalam kategori aitem dengan daya beda rendah. Penelitian ini menggunakan uji daya beda aitem dengan korelasi *Product Moment* dari Pearson yang didapatkan melalui bantuan *software*

SPSS versi 23. Penjelasan mengenai hasil perhitungan daya beda aitem dan estimasi reliabilitas yaitu:

1) Skala Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif di awal penyusunan berjumlah 24 aitem dan setelah dilaksanakan uji coba memperoleh 10 aitem dengan daya beda tinggi yang bergerak dari 0,289 – 0,577 dan 14 aitem berdaya beda rendah yang bergerak dari -0,041 – 0,218. Estimasi reliabilitas diperoleh dari koefisien *Alpha Cronbach* sejumlah 0,782 sehingga skala perilaku konsumtif pada penelitian ini dapat dinyatakan reliabel.

**Tabel 7. Sebaran Aitem Berdaya Beda Tinggi dan Rendah Skala Perilaku Konsumtif**

No	Aspek	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	DBT	DBR	Jumlah
1.	Kognitif	1*, 7, 13, 19	4, 10, 16, 22*	6	2	8
2.	Motivasi	2*, 8, 14, 20	5*, 11*, 17*, 23*	3	5	8
3.	Afeksi	3, 9*, 15*, 21*	6*, 12*, 18*, 24*	1	7	8
<b>Total</b>		12	12	10	14	24

Keterangan: (\*) daya beda rendah

DBT: Daya Beda Tinggi; DBR; Daya Beda Rendah

2) Skala Gaya Hidup Hedonis

Skala gaya hidup hedonis pada saat awal penyusunan berjumlah 24 aitem dan setelah dilaksanakan uji coba memperoleh 13 aitem dengan daya beda tinggi yang bergerak dari 0,322 – 0,616 dan 11 aitem berdaya beda rendah yang bergerak dari -0,218 – 0,198. Estimasi reliabilitas koefisien *Alpha Cronbach* sejumlah 0,898 sehingga dapat disimpulkan bahwa skala gaya hidup hedonis pada penelitian ini dinyatakan reliabel.

**Tabel 8. Sebaran Aitem Berdaya Beda Tinggi dan Rendah pada Skala Gaya hidup hedonis**

No	Aspek	Favorable	Unfavorable	DBT	DBR	Jumlah
1.	Minat	1, 2, 13, 14	7*, 8*, 19*, 20*	4	4	8
2.	Aktivitas	3, 4, 15, 16	9*, 10*, 21*, 22*	4	4	8
3.	Opini	5, 6, 17, 18*	11*, 12*, 23, 24	5	3	8
<b>Total</b>		<b>12</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>11</b>	<b>24</b>

Keterangan: (\*) daya beda rendah

DBT: Daya Beda Tinggi; DBR: Daya Beda Rendah

## B. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 6 November 2023 secara langsung di Fakultas Hukum Unissula. Adapun rincian subjek pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 9. Data Subjek Penelitian**

No.	Angkatan	Jumlah Keseluruhan	Jumlah yang Mengisi
1.	2019	467	28
2.	2020	422	72
<b>Total</b>		<b>889</b>	<b>100</b>

## C. Analisis Data dan Hasil Penelitian

### 1. Uji Asumsi

Sebelum menguji hipotesis, uji asumsi dilaksanakan. Uji asumsi yang akan dilakukan mencakup uji normalitas dan uji linearitas.

#### a. Uji Normalitas

Distribusi data pada variabel penelitian menggunakan uji normalitas. Teknik *One Sample Kolmogorov Smirnov Z* digunakan pada penelitian ini. Hal ini dilaksanakan guna mengidentifikasi distribusi data variabel penelitian berdistribusi normal atau tidak. Berikut hasil perhitungan uji normalitas:

**Tabel 10. Hasil Uji Normalitas**

Variabel	Mean	SD	KS-Z	Sig.	p	Ket
Perilaku Konsumtif	27.08	1.643	1.394	.041	<0,05	Tidak Normal
Gaya hidup hedonis	32.39	3.545	1.125	.159	>0,05	Normal



Dari tabel tersebut diketahui jika variabel perilaku konsumtif memperoleh skor KS-Z sejumlah 1,394 dengan taraf signifikansi sejumlah 0,041 ( $p < 0,05$ ) yang dapat diartikan bahwa perilaku konsumtif tidak berdistribusi normal sedangkan data variabel gaya hidup hedonis memberikan skor KS-Z sejumlah 1,125 dengan taraf signifikansi sejumlah 0,159 ( $p > 0,05$ ) yang artinya data berdistribusi dengan normal.

b. Uji Linearitas

Seterusnya, uji linearitas dilakukan guna mengidentifikasi hubungan yang linear antara variabel pada penelitian dengan uji F. Uji linieritas mendapatkan skor  $F_{linier}$  sejumlah 19.294 dengan taraf signifikansi 0,000 ( $p < 0,05$ ) yang menunjukkan bahwa kedua variabel mempunyai hubungan linear.

2. Uji Hipotesis

Teknik korelasi Spearman's Rho digunakan pada penelitian ini guna menguji hipotesis penelitian karena dari uji normalitas diperoleh data pada variabel tergantung tidak berdistribusi normal. Hasil analisis memperoleh  $r_s = 0,420$  dengan taraf signifikansi  $p = 0,000$  ( $p < 0,05$ ) yang membuktikan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara perilaku konsumtif dengan gaya hidup hedonis pada mahasiswa sehingga hipotesis yang peneliti ajukan dapat diterima.

**D. Deskripsi Hasil Penelitian**

Deskripsi variabel data bertujuan untuk menjadi sumber informasi mengenai kondisi subjek pada variabel perilaku konsumtif dan variabel gaya hidup hedonis . Tujuan kategorisasi subjek yaitu guna menempatkan subjek pada kelompok-kelompok sesuai dengan atribut pada penelitian. Distribusi normal terbagi dalam enam bagian dengan satuan standar deviasi (Azwar, 2012). Norma yang digunakan yaitu:

**Tabel 11. Norma kategorisasi skor**

Rentang Skor	Kategorisasi
$\mu + 1,8 \partial < x \leq \mu + 3 \partial$	Sangat Tinggi
$\mu + 0,6 \partial < x \leq \mu + 1,8 \partial$	Tinggi
$\mu - 0,6 \partial < x \leq \mu + 0,6 \partial$	Sedang
$\mu - 1,8 \partial < x \leq \mu - 0,6 \partial$	Rendah
$\mu - 3 \partial < x \leq \mu - 1,8 \partial$	Sangat Rendah

Keterangan :  $\mu$  : Mean hipotetik

$\partial$  : Standar deviasi hipotetik

### 1. Deskripsi Data Skor Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif memiliki 10 aitem berdaya beda tinggi dengan rentang skor 1-4. Skor terkecil didapatkan adalah 10 diperoleh dari (10x1) sementara skor tertinggi yang diperoleh adalah 40 (10x4) dengan rentang skor 30 (40-10). Mean hipotetik dari penelitian ini yaitu 25  $([10 + 40]: 2)$  dan standar deviasi hipotetik sebesar 5  $([40-10]: 6)$ .

Skala perilaku konsumtif mempunyai nilai empirik dengan skor minimal sejumlah 67 dan skor maksimal sejumlah 112. Mean empirik yaitu 85,60 dengan standar deviasi sejumlah 8,881.

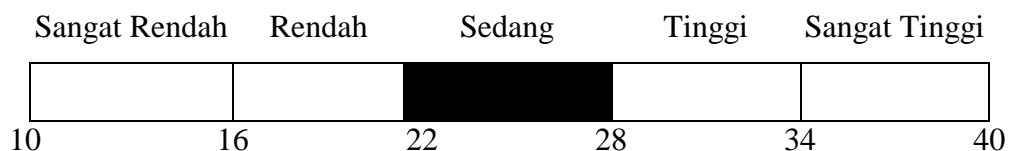
**Tabel 12. Deskripsi Skor Skala Perilaku Konsumtif**

Deskripsi skor	Empirik	Hipotetik
Skor minimum	23	10
Skor maksimum	31	40
Mean (M)	27,08	25
Standar Deviasi (SD)	1,643	5

Dari norma kategorisasi dalam penelitian ini, mean empirik yang diperoleh adalah 27,08 yang menunjukkan jika subjek pada penelitian ini berada pada kategori sedang di dalam populasinya. Norma kategorisasi yang digunakan yaitu:

**Tabel 13. Kategorisasi Skor Skala Perilaku Konsumtif**

Kategorisasi	Norma	Jumlah	Persentase
Sangat Tinggi	$34 < x \leq 40$	0	-
Tinggi	$28 < x \leq 34$	38	38%
Sedang	$22 < x \leq 28$	62	62%
Rendah	$16 < x \leq 22$	0	-
Sangat Rendah	$10 < x \leq 16$	0	-
	Total	100	100%



**Gambar 1.** Rentang Skor Skala Perilaku Konsumtif

## 2. Deskripsi Data Skor Gaya Hidup Hedonis

Skala gaya hidup hedonis memiliki 13 aitem yang berdaya beda tinggi, dengan rentang skor 1-4. Skor terkecil yang diperoleh yaitu 13 yang diperoleh dari (13x1) manakala skor tertinggi yang didapatkan adalah 52 diperoleh dari (13x4) dengan rentang skor 39 (52-13). Mean hipotetik dari penelitian ini yaitu 32,5  $([13+52]: 2)$  dengan standar deviasi hipotetik sebesar 6,5  $([52 - 13]:6)$ .

Skala ini memiliki nilai empirik dengan skor minimal yaitu 18 dan skor maksimal 45, *mean* empirik sejumlah 29,58 dan standar deviasi yaitu 4,662.

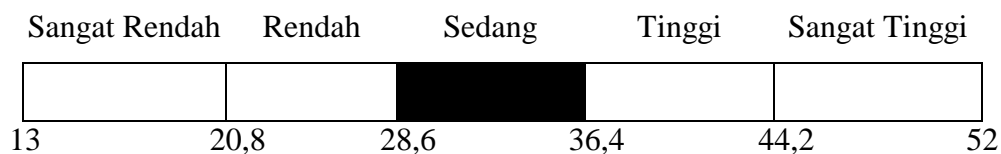
**Tabel 14.** Deskripsi Skor Skala Gaya hidup hedonis

Deskripsi skor	Empirik	Hipotetik
Skor minimum	26	13
Skor maksimum	46	52
Mean (M)	32,39	32,5
Standar Deviasi (SD)	3,545	6,5

Dari tabel di atas, diketahui mean empirik yang diperoleh adalah 32,39 yang termasuk dalam kategori sedang di dalam populasinya. Norma kategorisasi yang digunakan yaitu:

**Tabel 15.** Kategorisasi Skor Skala Gaya hidup hedonis

Kategorisasi	Norma	Jumlah	Persentase
Sangat Tinggi	$44,2 < x \leq 52$	1	1%
Tinggi	$36,4 < x \leq 44,2$	16	16%
Sedang	$28,6 < x \leq 36,4$	68	68%
Rendah	$20,8 < x \leq 28,6$	15	15%
Sangat Rendah	$13 < x \leq 20,8$	-	-
	Total	100	100%



**Gambar 2.** Rentang Skor Skala Gaya Hidup Hedonis

### E. Pembahasan

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengidentifikasi apakah ada hubungan antara pegaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Hukum Unissula Semarang. Hasil uji hipotesis yang dihitung dengan korelasi Spearman's Rho mendapatkan nilai korelasi  $r_s = 0,420$  dengan taraf signifikansi  $p = 0.000$  ( $p < 0,05$ ) yang membuktikan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara pegaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa yang berarti jika tingkat pegaya hidup hedonis pada mahasiswa semakin tinggi maka perilaku konsumtif pada mahasiswa juga akan semakin tinggi. Sebaliknya, tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa akan semakin rendah jika pegaya hidup hedonis semakin rendah. Sumbangan efektif pegaya hidup hedonis pada perilaku konsumtif adalah 16,4% yang diperoleh dari  $R_{square} = 0,164 \times 100\%$  sehingga dapat diketahui 86,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini seperti kontrol diri, konformitas dan citra merek.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilaksanakan oleh Anggraini & Santhoso (2017) yang mengungkapkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas X yang berusia 18 - 21 tahun dengan koefisien korelasi  $r_{xy} = 0,595$  serta  $p = 0,000$  ( $p < 0,05$ ). Penelitian serupa turut dilaksanakan oleh Khairat dkk., (2018) yang memperoleh hasil bahwa ada hubungan signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi semester IV Program Studi Pendidikan Dokter Universitas Baiturrahmah Kota Padang dengan  $r_{xy} = 0,497$  serta taraf signifikansi 0.000 ( $p < 0.05$ ) dengan sumbangan efektif sebesar 24,7%. Berdasarkan hasil dari penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, maka dapat dikatakan bahwa mahasiswa yang cenderung mengadopsi gaya hidup hedonis memiliki kecenderungan yang lebih tinggi untuk terlibat

dalam perilaku konsumtif dibandingkan dengan yang memiliki gaya hidup yang lebih sederhana.

Perilaku konsumtif adalah perilaku mengkonsumsi secara berlebihan dengan tanpa dasar kebutuhan, serta lebih mengutamakan hasrat serta keinginan sesaat (Ningrum, 2011). Perilaku konsumtif merupakan salah satu permasalahan masyarakat khususnya mahasiswa karena semestinya mahasiswa lebih mengacu pada penegakan sifat tidak boros atau berhemat berbanding berperilaku konsumtif yang tidak masuk akal (Mahendra, 2020). Perilaku konsumtif terus mengalami perkembangan yang signifikan yang dipicu oleh berbagai faktor, salah satunya adalah gaya hidup (Anggraini & Santhoso, 2017).

Chaney dalam (Fransisca & Suyasa, 2005) mencatat bahwa munculnya perilaku konsumtif disebabkan oleh adopsi gaya hidup barat dan fenomena ini diperkuat oleh kehadiran pusat perbelanjaan yang menawarkan beragam merek internasional. Selain itu, keberadaan restoran *fast food* juga turut memengaruhi pilihan makanan, dengan banyak individu lebih memilih konsumsi makanan barat daripada produk lokal. Selanjutnya, adanya *cafe-cafe* menjadi tempat sosialisasi dan berkumpul bagi para mahasiswa turut mendukung perkembangan perilaku konsumtif ini. Daya tarik pegaya hidup hedonis tentu sangat menarik bagi kalangan mahasiswa, sehingga timbul fenomena baru sebagai hasil adopsi paham ini. Akibat dari fenomena ini, mahasiswa cenderung lebih memilih gaya hidup yang nyaman, mewah, dan berkecukupan tanpa harus menghadapi tantangan yang berat atau bekerja keras. (Gushevinalti, 2010)

Berdasarkan kategorisasi data dalam penelitian ini, diketahui bahwa sebagian besar subjek penelitian yaitu sebanyak 62 mahasiswa memiliki perilaku konsumtif pada kategori sedang sementara 38 mahasiswa berada kategori tinggi, sama halnya dengan pegaya hidup hedonis dimana sebagian besar juga berada dalam kategori sedang yaitu sebanyak 68 mahasiswa dan 16 mahasiswa berada dalam kategori tinggi. Hal tersebut mengindikasikan bahwa subjek penelitian yaitu mahasiswa Fakultas Hukum cukup banyak yang mengadopsi gaya hidup hedonis sehingga mempengaruhi pola perilaku konsumtif yang para mahasiswa miliki.

## F. Kelemahan Penelitian

Terdapat beberapa kelemahan yang terjadi pada setiap penelitian. Kelemahan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Hasil uji normalitas pada penelitian ini pada variabel tergantung yaitu perilaku konsumtif tidak berdistribusi normal sehingga analisis uji hipotesis yang digunakan adalah statistik non-parametrik yaitu korelasi Spearman's Rho. Kelemahan analisis ini pada umumnya adalah kurang sensitif daripada metode parametrik terhadap variasi dalam data. Hal tersebut artinya analisis ini mungkin kurang mampu mendeteksi hubungan yang sebenarnya antara variabel jika hubungan tersebut bersifat lemah.



## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **A. Kesimpulan**

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini yaitu terdapat hubungan positif dan signifikan antara pegaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Maka, hipotesis yang diajukan pada penelitian ini dapat diterima dimana semakin tinggi pegaya hidup hedonis maka semakin tinggi juga perilaku konsumtif pada mahasiswa. Begitupun sebaliknya, semakin rendah pegaya hidup hedonis maka semakin rendah juga perilaku konsumtif mahasiswa.

#### **B. Saran**

##### **1. Bagi Subjek**

Subjek yaitu mahasiswa diharapkan agar memiliki kesadaran yang baik dan mampu mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan dengan memfokuskan terlebih dahulu pada memenuhi kebutuhan dasar sebelum memanjakan diri dengan keinginan yang bersifat lebih hedonis.

##### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Saran bagi peneliti seterusnya yang berminat melakukan penelitian lanjutan dapat mempertimbangkan untuk meneliti perbedaan antar-kelompok dan konteks budaya dalam penelitian ini dengan membandingkan pegaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif antar kelompok mahasiswa, misalnya, antara mahasiswa dari berbagai disiplin ilmu atau antara mahasiswa dari latar belakang budaya yang berbeda agar dapat memberikan wawasan lebih lanjut tentang faktor-faktor yang memengaruhi hubungan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara pegaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131-140.
- Azwar, S. (2016). *Reliabilitas dan validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D., & Miniard, P. W. (1994). *Perilaku konsumen*. Edisi 6 Jilid I. Jakarta: Binarupa Aksara
- Fransisca, & Suyasa, P. T. (2005). Perbandingan perilaku konsumtif berdasarkan metode pembayaran. *Jurnal Phronesis*, 7(2), 172-199.
- Freddy Rangkuti. 2007. *Manajemen persediaan: aplikasi di bidang bisnis*. Edisi 2. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Fromm, E., & Anderson, L. A. (2017). *The Sane Society*. Oxfordshire: Routledge.
- Gushevinalti. (2010). Telaah kritis perspektif Jean Baudrillard pada perilaku hedonisme remaja. *Jurnal Idea Fisipol UMB*, 4(15), 45-59. doi: 10.15575/psy.v3i2.1109
- Halim, DK. (2008). *Psikologi lingkungan perkotaan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Hasibuan, E.P.N. (2010). Hubungan antara gaya hidup brand minded dengan kecenderungan perilaku konsumtif pada remaja puteri. Skripsi (dipublikasikan). Medan, Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara.
- Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2018). Hubungan pegaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi. *Al-Qalb: Jurnal Psikologi Islam*, 9(2), 130-139.
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Nadzir, M., & Ingariati, T. M. (2015). Psychological meaning of money dengan pegaya hidup hedonis remaja. *Psikology forum. UMM*.
- Ningrum, U.Y. (2011). Perilaku Konsumtif Terhadap Pakaian Distro Ditinjau Dari Konformitas Pada Siswi SMK Abdi Negara Muntilan. Skripsi (diterbitkan). Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Rianton. (2013). Hubungan antara konformitas kelompok teman sebaya dengan pegaya hidup hedonis pada mahasiswa kab. dhamasraya di yogyakarta. *Jurnal Psikologi*. 2(1), 1-15.
- Sugiyono. (2007). *Metode penelitian pendidikan*. Bandung: Alfabeta.



Sugiyono. (2014). *Aplikasi statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian: Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

