

Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa

**Hasnidar Thamrin
Adnan Achiruddin Saleh**

Article History:
Received 4 February 2021
Received in revised form 16 Februari 2021
Accepted 3 Maret 2021

ABSTRACT

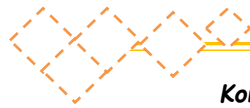
This research is a correlation study which aims to determine whether there is a relationship between the hedonic lifestyle and the consumptive behavior of Parepare students. The research method uses a quantitative approach. The sample in this study were 31 students in Parepare aged 19-20 years. The data collection technique was carried out by distributing a hedonic lifestyle scale and an online consumptive behavior scale using a Likert scale. Data analysis was performed using the Pearson correlation technique with the help of SPSS version 22. The results of the study showed a relationship between the hedonic lifestyle and the consumptive behavior of Parepare students. When viewed from Pearson Correlations 0.671 with a Sig. (2-tailed) 0.000, which means less than 0.05, so it can be said that there is a significant correlation between the hedonic lifestyle and consumptive behavior. Hedonic lifestyle and consumptive behavior are related to each other, if the hedonic lifestyle is higher, the higher the consumptive behavior. So, when you have a hedonic lifestyle, you will behave consumptively.

Keywords : *College Students; Consumptive Behaviour; Hedonic Lifestyle.*

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian korelasi yang bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif mahasiswa Parepare. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini merupakan 31 mahasiswa di Parepare yang berusia 19-20 tahun. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan skala gaya hidup hedonis dan skala perilaku konsumtif secara online menggunakan Skala Likert. Analisis data dilakukan menggunakan teknik korelasi Pearson dengan bantuan SPSS versi 22. Hasil dari penelitian terdapat hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif mahasiswa Parepare. Jika dilihat dari Pearson Correlations 0,671 dengan nilai Sig. (2-tailed) 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa adanya korelasi yang berarti bahwa signifikan antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif. Gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif saling berhubungan jika gaya hidup hedonis semakin tinggi maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Jadi, ketika mempunyai gaya hidup hedonis maka akan berperilaku konsumtif.

Kata kunci : *Gaya Hidup Hedonis; Mahasiswa; Perilaku Konsumtif.*

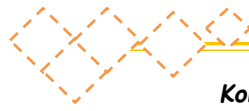


PENDAHULUAN

Mahasiswa merupakan remaja yang paling sering terpengaruh oleh modernisasi. Adanya modernisasi dan kemajuan teknologi seiring perkembangan zaman akan berdampak pada gaya hidup serta perilaku mahasiswa. Mahasiswa akan berlomba-lomba mengikuti tren yang menuju gaya hidup hedonis sehingga menjadi kebiasaan yang mereka senangi.

Perilaku hedonis mahasiswa dapat ditemukan dengan gampang dalam kehidupan, banyak dari mahasiswa yang sering menghabiskan waktu diluar cuma buat bersenang- senang dengan sahabatnya, entah cuma hanya nangkring di cafe, berbelanja ke mall, membeli poster-poster idol kesukaannya, ataupun hingga merokok, ngedrug, serta masih banyak yang lain. Mereka menyangka dengan melaksanakan hal tersebut eksistensi ataupun keberadaannya dapat diterima dilingkungan terdekat mereka (Nadzir, 2015).

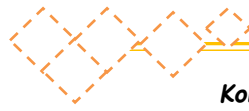
Mahasiswa yang memerlukan pengakuan dilingkungan sosial cenderung mencontoh lingkungannya apalagi dari kelompok orang sebayanya, sehingga mahasiswa gampang terbawa-bawa oleh apapun kegiatan yang dicoba orang sebayanya seperti dalam kegiatan membeli. Mahasiswa cenderung melaksanakan penyesuaian diri yang kelewatan cuma buat mendapatkan pengakuan sosial. Demi pengakuan tersebut, mahasiswa dapat berperilaku konsumtif, ialah membeli sesuatu benda ataupun jasa bukan sebab dengan kebutuhan, tetapi bersumber pada sebab kemauan ataupun penuh rasa puas (Anggreini & Mariyanti, 2014). Hal ini diperkuat dari penelitian Rombe (2014) yang berjudul “Hubungan Body Image dan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri di SMA Negeri 5 Samarinda” yang mengatakan bahwa remaja sering meniru temannya, sangat gampang terpengaruh ajakan iklan dan pengaruh konformitas, cenderung boros dan memiliki rasa tidak realistis menggunakan uangnya hanya karena hobi atau kesenangan semata dan bisa jadi karena keinginan untuk menunjukkan bahwa mereka juga bisa mengikuti yang sedang tren. Mereka tidak akan puas dengan apa yang dimilikinya karena barang-barang yang lagi tren akan terus berubah seiring dengan berjalannya waktu.



Mengonsumsi barang-barang yang mewah dan berlebihan merupakan perilaku konsumtif dengan gaya hidup hedonis karena kebiasaan mereka selalu menginginkan sesuatu yang menjadi tren. Hal tersebut menjadikan kebutuhan bukanlah hal yang prioritas bagi mereka sehingga akan berdampak negatif dalam kehidupan mereka, misalnya ekonomi jika mereka terus-menerus melakukan pemborosan sehingga mereka akan mengalami penurunan ekonomi atau keuangan yang semakin hari merosot. Menurut Suyasa dan Fransiska (dalam Patricia & Handayani, 2014) dampak negatif dari perilaku konsumtif tentunya pemborosan dan ketidakefisienan biaya. Secara psikologis, perilaku konsumtif mengakibatkan seseorang mengalami kecemasan dan rasa tidak aman. Hal ini dikarenakan individu selalu merasa ada permintaan untuk membeli barang yang diinginkannya, namun aktivitas pembelian tersebut tidak didukung oleh dukungan finansial yang memadai sehingga menimbulkan perasaan cemas karena barang tersebut tidak terpenuhi. Dengan begitu dapat dikatakan hal-hal yang mendorong terjadinya perilaku konsumtif mahasiswa, salah satunya adalah gaya hidup.

Permulaan dari konsumerisme ketika masyarakat mulai mengagumi keberadaan teori konsumsi, terjadi pergeseran makna di tingkat tersebut secara teoritis, individu menyadari hal itu bahwa hidup tidak hanya mencapai atau mencari sumber daya ekonomi akan tetapi bagaimana mengelola sumber daya tersebut untuk bertahan lama, hingga mungkin selamanya untuk kesejahteraan individu (Umanailo et al., 2018).

Sekarang globalisasi sudah menembus semua negara di dunia, termasuk Indonesia salah satunya di provinsi Sulawesi Selatan tepatnya kota Parepare, globalisasi sedang mengalami dampak pada perubahan nilai kehidupan manusia, perkembangan industri begitu pesatnya membuat penyediaan barang-barang sangat melimpah dan mudah didapat, dengan cara itu orang-orang akan menghadapi pilihan barang yang memicu keinginan manusia untuk mencoba pilihan yang ditawarkan dengan begitu akan membentuk gaya hidup hedonis. Gaya hidup membantu menggambarkan sikap, nilai dan menunjuk kekayaan. Masyarakat konsumen Indonesia tampaknya tumbuh seiring dengan sejarah modernisasi di

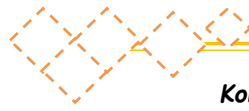


bidang ekonomi dan transformasi kapitalisme konsumsinya menandai perkembangan pusat perbelanjaan yang kekinian, gaya industri fashion, industri kecantikan, dunia kuliner, maraknya iklan produk yang sangat mewah dan dunia belanja teknologi (online). Jadi konsumsi manusia modern bukan hanya sekedar bentuk barang, tetapi juga layanan manusia dan hubungan antarmanusia. Semua sesuatu apa saja itu bisa menjadi objek konsumen. Hasilnya adalah budaya konsumtif yang mencekam di seluruh kehidupan masyarakat (Rahmat et al., 2020).

Gaya hidup merupakan kebiasaan seseorang yang sesuai dengan perkembangan zaman atau tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain, yang berfungsi dalam interaksi dengan cara-cara yang mungkin tidak dapat dipahami oleh yang tidak hidup dalam masyarakat modern. Gaya hidup tidak benar-benar dibutuhkan seseorang, namun hanya sekedar tidak mau kalah dengan yang lain sehingga berlomba-lomba mengikuti tren.

Menurut Kasali bahwa definisi gaya hidup hedonis adalah tatanan hidup yang mengarahkan aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih menghabiskan banyak waktu di luar, bermain lebih banyak, menyukai kerumunan kota, senang membeli barang mahal (bermerek) untuk memenuhi keinginannya, cenderung menjadi pengikut dalam gaya hidup mereka (influencer) dan selalu ingin menjadi pusat perhatian (Indrawati, 2015). Berdasarkan pernyataan ini, penulis bisa menyimpulkan bahwa hedonisme adalah perilaku yang mengutamakan kesenangan dan kesenangan ketika beli barang mahal (bermerek) seharga jutaan hanya buat memenuhi keinginannya, dan selalu mencari pusat perhatian dengan cara berperilaku konsumtif.

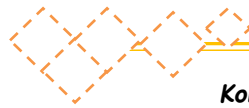
Suyasa dan Fransisca menyatakan dampak negatif yang timbul dari berperilaku konsumtif akan menyebabkan kecemasan dan jika menimbulkan rasa cemas berlebih akan mengganggu psikologis dan kondisi tubuh. Hal tersebut karena individu selalu merasakan adanya tuntutan untuk membeli barang yang dia inginkan. Ada beberapa mahasiswa yang masih dikatakan remaja tidak lagi tinggal bersama orang tuanya selama pendidikannya di Perguruan tinggi. Oleh karena itu, lingkungan pertama yang berinteraksi langsung dengan mahasiswa merupakan



lingkungan daerah tempat tinggalnya (kos dan asrama). Kos dan asrama adalah tempat tinggal sementara untuk mahasiswa saat belajar di Perguruan tinggi. Pada umumnya tempat tinggal tersebut terletak tidak jauh dari kampus dan dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang bisa memberikan kenyamanan. Kos dan asrama bukan hanya sebagai tempat tinggal sementara, tapi kos dan asrama adalah tempat dimana mahasiswa melakukan kegiatan sosial dan menjalin hubungan sosial dengan teman yang ditemuinya di kos dan asrama. Ikatan silaturahmi antar penghuni kos dan asrama terjalin setiap hari membuat hubungan menjadi dekat dan mahasiswa akan menjadikan teman kos dan asramanya sebagai kelompok referensi untuk segala kegiatannya, termasuk perilaku konsumtif (Fitriyani et al., 2013).

Gaya hidup hedonis dapat meningkatkan perilaku pembelian online konsumen. Individu yang memiliki gaya hidup hedonis pasti akan mencari produk yang bagus agar mampu memenuhi kebutuhan gaya hidupnya melalui berbagai situs belanja online. Ketertarikan orang yang mempunyai gaya hidup yang hedonis dilihat dari mereka akan membeli suatu barang yang dilihat dari foto barang tersebut atau gambar barang yang lewat diberanda media sosial mereka ditambah adanya penawaran harga yang sesuai sehingga meningkatkan minat beli mereka padahal produk itu sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan. Dengan demikian, gaya hidup hedonis bisa berpengaruh terhadap perilaku seseorang dalam membeli secara online dengan kata lain perilaku konsumtifnya (Rengganis, Ega; Abdurrohim, 2018).

Menurut Febrianti, (2017) yang berpendapat bahwa mahasiswa yang berperilaku konsumtif akan terpengaruh pada perubahan pola hidup, dimana ada batasan yang bisa antara kebutuhan dasar dan kebutuhan tersier. Pola hidup mahasiswa yang berubah membentuk seorang mahasiswa yang tidak teliti dalam mengatur keuangan yang bukan lagi menjadi prioritas, dikarenakan pengaruh oleh teman dan lingkungan. Alhasil, menimbulkan dilema, antara pemenuhan kebutuhan dasar yang ada sebenarnya lebih penting dengan pemenuhan kebutuhan gaya hidup memenuhi simbol yang dapat diterima oleh lingkungan. Mahasiswa berasal dari keluarga yang mampu, dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari tidak akan menjadi masalah di dalam perilaku konsumtif, tetapi berbeda dengan mahasiswa yang jika

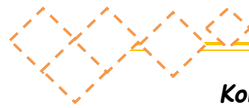


orang tuanya berpenghasilan sedikit. Maka, keinginan mahasiswa untuk memperoleh sesuatu sering tertunda.

Penyebab gaya hidup hedonisme adalah globalisasi, globalisasi sangat dipengaruhi oleh teknologi, salah satunya adalah internet. Adanya globalisasi seseorang dapat lebih mudah dipengaruhi oleh perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif dapat mempengaruhi pola pikir seseorang, sehingga seseorang akan melakukan berbagai cara untuk mendapatkan apa yang diinginkan (Nur Afifah & Bintang, 2016).

Menurut Fitria dan Sukma mengatakan bahwa masa remaja adalah usia dimana masa remaja bukan lagi merasa di bawah level orang dewasa tetapi pada level yang sama, setidaknya dalam hal hak, integrasi dalam masyarakat (dewasa), memiliki banyak aspek efektif, lebih atau kurang terkait dengan pubertas, termasuk perubahan intelektual mencolok, transformasi khas dari cara berpikir remaja memungkinkan dia untuk mencapai integrasi dalam hubungan sosial orang dewasa, yang sebenarnya merupakan ciri khasnya yang umum dari masa perkembangan. Perubahan yang terlihat jelas pada masa remaja adalah perubahan saat ini pertumbuhan fisik belum sempurna sehingga remaja hanya sedikit yang merasa puas dengan bentuk tubuh yang dimilikinya. Untuk remaja yang tidak puas bentuk tubuh yang mereka miliki, mereka akan mempercantik diri dengan membeli baju dan alat kecantikan yang akan terus dilakukan sampai mereka merasa puas (Lestarina et al., 2017). Lingkup kegiatan ini mempunyai dimensi gaya hidup hedonis yaitu kegiatan, minat dan opini. Begitupun dengan perilaku konsumtif yang mempunyai lingkup penelitian yang dibatasi pada dimensi seperti impulsif, pemborosan dan inefisiensi biaya.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif. Artinya semakin tinggi gaya hidup maka semakin tinggi juga perilaku konsumtifnya. Sebaliknya semakin rendah gaya hidup maka semakin rendah dalam berperilaku konsumtif. Hal ini sejalan dengan penelitian Haryono, (2014) bahwa adanya hubungan positif antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Dalam artian bahwa



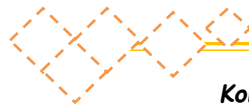
perilaku membeli dan keinginan dipengaruhi oleh gaya hidup. Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan oleh Khairat et al., (2019) yang menunjukkan bahwa dalam hipotesis penelitiannya terdapat hubungan antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif dengan kata lain gaya hidup akan mempengaruhi mahasiswa agar berperilaku konsumtif. Jika mempunyai gaya hidup hedonis maka cenderung berperilaku konsumtif dalam menggunakan uangnya.

Tujuan penelitian ini untuk dapat mengetahui hubungan antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan positif antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif pada mahasiswa Parepare. Disamping itu diharapkan penelitian ini dapat membantu mahasiswa yang sedang mengerjakan skripsi atau proposal serta menjadi bahan acuan untuk para peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian kuantitatif.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik analisis data korelasi. Terdapat dua variabel yaitu gaya hidup hedonis sebagai variabel bebas (*independence variabel*) dan perilaku konsumtif sebagai variabel terikat (*dependence variabel*). Populasi penelitian ini merupakan mahasiswa Parepare. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 31 mahasiswa yang berusia 19-20 tahun. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 19-20 Januari 2021.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara Skala disebar secara online dengan model modifikasi Skala Likert berupa skala gaya hidup hedonis dan skala perilaku konsumtif. Skala gaya hidup hedonis yang dikemukakan oleh Kaharu & Budiarti, (2016) yaitu kegiatan, minat dan opini. Instrumen ini terdiri dari 20 aitem pernyataan, ada 5 alternatif jawaban dengan menggunakan skala Likert yaitu 1= sangat tidak setuju sampai dengan 5= sangat setuju. Koefisien reliabilitas skala gaya hidup hedonis dengan menggunakan *alpha Cronbach* sebesar 0,590 Selanjutnya, skala perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Yati et al., (2019)



yaitu implusif, pemborosan dan inefisiensi biaya. Instrumen ini terdiri dari 20 aitem pernyataan, ada 5 alternatif jawaban dengan menggunakan skala Likert yaitu 1= sangat tidak setuju sampai dengan 5= sangat setuju. Koefisien reliabilitas skala perilaku konsumtif dengan menggunakan *alpha Cronbach* sebesar 0,745. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah teknik uji *Pearson Correlation* yaitu agar dapat mengetahui hubungan variabel bebas dan variabel terikat. Keseluruhan teknik analisis data menggunakan bantuan program IBM SPSS *version 22 for Windows*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

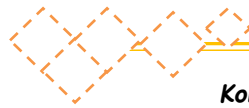
1. Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui hasil uji validitas dari variabel-variabel penelitian, peneliti melakukan analisis skor item dengan skor total sehingga didapatkan r-hitung lalu melakukan perbandingan dengan r-table. Jika diketahui $r\text{-hitung} < r\text{-table}$ maka dikatakan tidak valid begitupun sebaliknya jika $r\text{-hitung} > r\text{-table}$ maka dikatakan valid.

a) Validitas Gaya Hidup Hedonis

Tabel 1. Uji Validitas Gaya Hidup Hedonis

Pernyataan	r-hitung	r-table	Keterangan
3	0,430	0,355	Valid
4	0,558	0,355	Valid
5	0,591	0,355	Valid
7	0,361	0,355	Valid
9	0,542	0,355	Valid
10	0,566	0,355	Valid
11	0,412	0,355	Valid
14	0,430	0,355	Valid
15	0,500	0,355	Valid
16	0,409	0,355	Valid
17	0,561	0,355	Valid
18	0,713	0,355	Valid
19	0,589	0,355	Valid



20	0,380	0,355	Valid
----	-------	-------	-------

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat data yang telah di uji validasi hanya terdapat 14 item yang Valid dikarenakan nilai r -hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai r -table. Dengan nilai r -table yang diketahui yaitu 0,355 yang diperoleh dari tabel dengan *degree of freedom* (df).

b) Validitas Perilaku Konsumtif

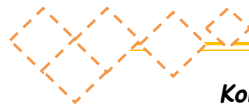
Tabel 2. Uji Validitas Perilaku Konsumtif

Pernyataan	r -hitung	r -table	Keterangan
2	0,654	0,355	Valid
3	0,604	0,355	Valid
4	0,688	0,355	Valid
5	0,358	0,355	Valid
6	0,551	0,355	Valid
11	0,637	0,355	Valid
12	0,729	0,355	Valid
13	0,572	0,355	Valid
14	0,550	0,355	Valid
15	0,559	0,355	Valid
16	0,574	0,355	Valid
17	0,639	0,355	Valid
20	0,422	0,355	Valid

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat data yang telah di uji validasi hanya terdapat 13 item yang Valid dikarenakan nilai r -hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai r -table. Dengan nilai r -table yang diketahui yaitu 0,355 yang diperoleh dari tabel dengan *degree of freedom* (df).

2. Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel peneliti dapat dipercaya karena seharusnya kuesioner memberikan hasil yang relatif konsisten, apakah instrument yang digunakan sebagai pengukur objek yang sama



maka menghasilkan data yang sama dan data dapat dikatakan reliabel bila nilai Alpha > r-tabel. Adapaun hasil reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	r-table	Keterangan
Gaya Hidup Hedonis	0, 590	0, 355	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0, 745	0, 355	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa kedua variabel dinyatakan reliabel karena memiliki nilai Alpha lebih besar daripada r-table (0,355) dengan taraf signifikan 0, 05. Jika dilihat uji reliabilitas gaya hidup hedonis pada nilai Alpha = 0,590 yang lebih besar daripada nilai dari r-table = 0, 355 sehingga dinyatakan reliabel dan pada uji reliabilitas perilaku konsumtif nilai Alpha = 0,745 yang lebih besar daripada nilai dari r-table = 0, 355 sehingga dinyatakan pula reliabel.

3. Korelasi Pearson

Uji korelasi pearson dilakukan untuk mengukur apakah ada hubungan antara variabel yang satu dengan variabel lainnya. Koefisien korelasi hanya mengukur pada hubungan linier dan tidak mengukur hubungan non linier. Data dapat diketahui mempunyai hubungan apabila nilai sig (p-value) < 0,05 dalam artian diterima.

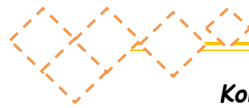
Tabel 4. Uji Korelasi Person Antara Gaya Hidup Hedonis dan Perilaku Konsumtif

		gaya_hidup_hedonis	perilaku_konsumtif
gaya_hidup_hedonis	Pearson Correlation	1	,671**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	31	31
perilaku_konsumtif	Pearson Correlation	,671**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	31	31

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa nilai dari korelasi pearson 0,671 dengan nilai Sig. (2-tailed) 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat korelasi yang berarti bahwa signifikan antara gaya hidup

Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa
Hasnidar Thamrin*; Adnan Achiruddin Saleh



hedonis dan perilaku konsumtif. Gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif saling berhubung jika gaya hidup hedonis semakin tinggi maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Jadi, jika mempunyai gaya hidup hedonis, maka akan mempengaruhi perilaku konsumtif.

4. Kategori Data

Tabel 5. Kategorisasi Data Penelitian Gaya Hidup Hedonis (X)

KATEGORI	RUMUS	FREKUENSI	%
Rendah	$M - SD < X < M - SD$	4	13%
Sedang	$M - SD < X < M + SD$	22	71%
Tinggi	$M + SD < X < M + SD$	5	16%
TOTAL		31	100%

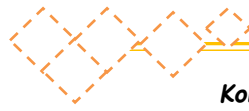
Tabel 6. Kategorisasi Data Penelitian Perilaku Konsumtif (Y)

KATEGORI	RUMUS	FREKUENSI	%
Rendah	$M - SD < X < M - SD$	3	10%
Sedang	$M - SD < X < M + SD$	23	74%
Tinggi	$M + SD < X < M + SD$	5	16%
TOTAL		31	100%

Berdasarkan tabel 5 diatas, terlihat bahwa sebagian besar variabel X berada pada kategori sedang yaitu 71%. Kemudian, pada kategori tinggi sebanyak 16% dan kategori yang paling sedikit yaitu kategori rendah dengan 13%. Selanjutnya analisis data pada tabel 6, diketahui sebagian besar variabel Y berada pada kategori sedang yaitu 74%. Pada kategori tinggi terdapat 16% dan kategori paling sedikit terdapat dari kategori rendah yaitu 10%.

Berdasarkan penelitian diatas dapat dikatakan bahwa sebagian besar variabel X dan Y pada subjek penelitian tergolong sedang. Hal tersebut menunjukkan bahwa subjek memengang kendali yang cukup baik dalam menentukan perilaku konsumsinya. Tingkat tinggi atau rendahnya gaya hidup hedonis mahasiswa tentu mempengaruhi berbagai macam faktor salah satunya yaitu perilaku konsumtif.

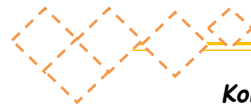
Hasil penelitian telah dilakukan, membuktikan bahwa adanya hubungan positif yang signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada



mahasiswa Parepare, dengan nilai koefisien korelasi sebesar ($r = 0,671$, $P = 0,000 < 0,05$). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis penelitian ini dapat diterima. Diantara kedua variabel dalam penelitian ini terdapat hubungan positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah, dalam artian semakin besar keinginan mahasiswa untuk bersenang-senang menghabiskan uang, waktu dan tenaganya untuk jalan-jalan, nongkrong dan lain-lain, maka keinginan untuk menggunakan uangnya dalam membeli barang mewah dan bermerek agar keinginannya terpenuhi akan semakin besar pula, begitu juga sebaliknya. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fazriyanti (Octaviani & Kartasasmita, 2018) yang menunjukkan bahwa keinginan di dasari oleh remaja yang ingin tampil sempurna dalam setiap kesempatan. Para wanita muda khususnya mahasiswi menjadi sasaran utama konsumen penjualan produk (kosmetik), karena sebagai individu, remaja sudah memiliki tanggung jawabnya sendiri, sehingga keputusan membeli sepenuhnya bergantung kepada individu itu sendiri, yang mengarah pada perilaku konsumtif, dan golongan pada usia inilah yang paling sering melakukan pembelian produk. Selain itu, Fitria, (2015) juga menyatakan bahwa terjadinya perubahan perilaku atau gaya hidup konsumtif yang mengikuti perkembangan zaman, dimana orang-orang sering menggunakan sebuah media sosial seperti Instagram, Facebook dan lain-lainnya untuk memenuhi kebutuhannya, membeli berbagai macam barang dalam jumlah yang berlebihan dan bukan atas dasar kebutuhan primer melainkan atas dasar pemenuhan keinginan, kepuasan dan kesenangan semata-mata untuk menunjang penampilan sehari-hari.

SIMPULAN

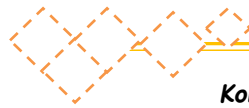
Berdasarkan hasil analisa data yang telah diuraikan diperoleh kesimpulan bahwa terdapat keeratan hubungan yang signifikan antara gaya hidup hedonis mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa dibuktikan dari nilai signifikasni sebesar 0.000 ($p < 0,05$). Nilai koefisien korelasi sebesar 0,671 yang maknanya bahwa varibel X dan Y memiliki korelasi yang sangat kuat atau korelasi sempurna karena *Pearson Correlation* mendekati angka 1 yang dilihat pada uji korelasi



pearson. Jadi, dapat diartikan bahwa semakin tinggi gaya hidup hedonis pada mahasiswa maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah gaya hidup hedonis pada mahasiswa maka semakin rendah pula perilaku konsumtifnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggreini, R., & Mariyanti, S. (2014). Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 12(01).
- Febrianti, C. (n.d.). *GAYA HIDUP HEDONISME MAHASISWI UNIVERSITAS RIAU DI KELURAHAN SIMPANG BARU KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU*. 4(1), 1–15.
- Fitria, E. M. (2015). Dampak Online Shop Di Instagram Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic Di Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 117–128.
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 12(1), 1–14. <https://doi.org/10.14710/jpu.12.1.1-14>
- Haryono, P. (2014). Hubungan Gaya Hidup Dan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 5. *Psikoborneo*, 2(4), 268–273.
- Indrawati, D. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab “Zoya.” *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15(2), 302. <https://doi.org/10.17970/jrem.15.150207.id>
- Kaharu, D., & Budiarti, A. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Cosmic. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, ISSN : 2461-0593, 5(3), 1–24.
- Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2019). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi. *Al-Qalb : Jurnal Psikologi Islam*, 9(2), 130–139. <https://doi.org/10.15548/alqalb.v9i2.861>
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6. <https://doi.org/10.29210/3003210000>
- Nadzir, M. (2015). Psychological Meaning of Money dengan Gaya Hidup Hedonis Remaja di Kota Malang. *Seminar Psikologi & Kemanusiaan, 1998*, 586.
- Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa*
Hasnidar Thamrin*; Adnan Achiruddin Saleh



- Nur Afifah, G. S., & Bintang, M. I. (2016). *HUBUNGAN KONSUMTIF DAN HEDONIS TERHADAP INTENSI KORUPSI*. 100, 1–13.
- Octaviani, C., & Kartasasmita, S. (2018). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Kosmetik Pada Wanita Dewasa Awal. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1(2), 126. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i2.948>
- Patricia, N., & Handayani, S. (2014). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan *Âxâ*. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 12(01).
- Rahmat, A., Asyari, A., & Puteri, H. E. (2020). Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 4(1), 39. <https://doi.org/10.30983/es.v4i1.3198>
- Rengganis, Ega; Abdurrohim, A. (2018). the Relationship Between Online Buying Behaviour and Hedonis Lifestyle in Faculty of Psychology Students At Sultan Agung Islamic. *Jurnal Psikologi*, 13(1), 35–46.
- Rombe, S. (2014). Hubungan Body Image dan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri di SMA Negeri 5 Samarinda. *Universitas Mulawarman. EJournal Psikologi*, 2(1), 76–91.
- Umanailo, M. C. B., Nawawi, M., & Pulhehe, S. (2018). Konsumsi Menuju Konstruksi Masyarakat Konsumtif. *Simulacra: Jurnal Sosiologi*, 1(2), 203–211. <https://doi.org/10.21107/sml.v1i2.4995>
- Yati, E., Yessy, E., & Afriyati, V. (2019). PENGARUH LAYANAN KONSELING KELOMPOK DENGAN TEKNIK KONTRAK PERILAKU UNTUK MENGURANGI PERILAKU KONSUMTIF DALAM MEMBELI PRODUK FASHION PADA MAHASISWA BK UNIB. *Consilia Jurnal Ilmiah BK*, 2(3), 271–281.