

## PENGARUH INSTAGRAM *ONLINE STORE* DAN KONFORMITAS TERHADAP GAYA HIDUP KONSUMTIF MAHASISWA DI SURABAYA

Lailah Nuzuli Rohmah

Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, email: [lailahrohmah@mhs.unesa.ac.id](mailto:lailahrohmah@mhs.unesa.ac.id)

### Abstrak

Beragam inovasi terbaru pada era perkembangan yang modern menimbulkan pengaruh yang mampu mengubah pola kehidupan masyarakat seperti pola berfikir, berperilaku berinteraksi serta gaya hidup. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh instagram *online store* dan konformitas secara parsial dan simultan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa di Surabaya. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, populasi pada penelitian ini merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, dan Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana yang memiliki Instagram dan pernah berbelanja online di Instagram. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah 97 mahasiswa. Digunakan kuisioner untuk teknik pengumpulan datanya. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan bantuan Aplikasi SPSS versi 25. Hasil analisis data yaitu: *Pertama* instagram *online store* berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa, *Kedua* konformitas berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa, *Ketiga* instagram *online store* dan konformitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa.

**Kata Kunci:** Instagram, *Online Store*, Konformitas, Gaya Hidup Konsumtif

### Abstract

*The latest innovations in the modern era of development that have an impact that can change the pattern of community life such as the pattern of thinking, behavior and lifestyle interact. This study aimed to analyze and determine the effect of the instagram online store and conformity partially and simultaneously against student consumptive lifestyles in Surabaya. Type of this research is quantitative research. The population of this study are students of the Faculty of Economics Surabaya State University, Faculty of Economics and Business Islam Sunan Ampel Surabaya, and the Faculty of Economics University of PGRI Adi Buana who have never shopped online Instagram and on instagram. Sampling using purposive sampling which was amounted to be 97 students. The questionnaire used for data collection techniques. Data analysis technique used is the technique of multiple linear regression analysis was done using SPSS version 25. Based on the result of data's analysis showed that: First instagram online store significant influence on student consumptive lifestyle, Second conformity significant influence on student consumptive lifestyle, Third instagram online store and conformity simultaneously significant influence on student consumptive lifestyles*

**Keywords:** Instagram, *Online Store*, Conformity, Consumer Lifestyle

### PENDAHULUAN

Beragam inovasi-inovasi terbaru pada era perkembangan yang moderen menimbulkan pengaruh terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat, begitu juga dampak yang berpeluang dirasakan yaitu kemajuan dalam teknologi terkini dan ilmu pengetahuan. Efek lain yang timbul yakni mampu merubah pola kehidupan masyarakat seperti pola berfikir, berperilaku berinteraksi dan gaya hidup.

Penggunanya (internet) juga semakin meningkat bukan hanya dari kalangan anak muda seperti pelajar sekolah atau mahasiswa, bahkan orang dewasa sampai kaum lansiapun mulai menjadi pengguna aktif internet.

Nyatanya perkembangan teknologi bukan hanya saja membuat teknologi menjadi lebih canggih, tetapi gaya hidup manusia sekarang ini pula menjadi serba mudah dan modern. Pemakaian media internet meningkat dengan pesat serta menjadi bagian terpenting dalam memenuhi kebutuhan manusia itu sendiri seperti berbelanja atau bidang ekonomi dan lainnya.

Masyarakat kota merupakan masyarakat yang terdiri dari manusia yang bermacam-macam lapisan atau tingkatan hidup, kebudayaan, pendidikan, dan lain sebagainya. Seperti yang kita ketahui, Kota terbesar kedua setelah Jakarta adalah Kota Surabaya. Bukan hanya penduduk asli yang tinggal di Kota Surabaya, melainkan juga masyarakat yang berasal dari kabupaten

lain (masyarakat pedesaan). Melihat peluang kerja di daerah Surabaya lebih besar, hal inilah yang menjadi daya tarik masyarakat untuk tinggal di Surabaya baik dari kalangan dewasa maupun pelajar. Selain untuk mencari pekerjaan, kota Surabaya menjadi sasaran pelajar untuk mencari ilmu di jenjang universitas. Kondisi demikian membuat Surabaya menjadi kota metropolitan. Segala macam teknologi terkini selalu lebih mudah diterapkan pada masyarakat di kota, karena terdapat banyak masyarakat urban yang melek teknologi.

Sepertinya yang sudah dijelaskan pada uraian sebelumnya di kota Surabaya, belanja di pusat perbelanjaan besar/ *mall* sudah lumrah dan menjadi gaya hidup mahasiswa karena mengikuti masyarakat Kota Surabaya pada umumnya juga didukung pusat perbelanjaan besar yang berdiri di setiap sudut kota. Saat suatu kelompok ingin pergi ke pusat perbelanjaan hanya sekedar jalan-jalan atau jajan jika ada salah satu teman dikelompoknya tidak ikut maka akan ada rasa tidak enak pada teman yang lain dengan alasan apapun anggota kelompok secara tidak langsung akan mengikuti kelompoknya dan mengesampingkan urusan pribadi. Hal-hal yang kurang bisa dikontrol akan menimbulkan pengeluaran yang tidak terkontrol pula sehingga menyebabkan seseorang menjadi konsumtif.

Dari hasil pra observasi yang saya lakukan menunjukkan 121 dari 181 mahasiswa mengaku bahwa mereka cenderung lebih konsumtif saat mereka menjadi mahasiswa di Surabaya. Alasannya pun bermacam-macam, banyak dari mereka mengaku bergaya hidup konsumtif karena pengaruh dari lingkungan dan teman-teman disekitar mereka serta adanya teknologi terkini yang mendukung dan memudahkan seseorang untuk berbelanja secara tidak konvensional.

Fenomena belanja *online* atau bisnis daring sedang menjadi tren dan telah diminati oleh masyarakat kebanyakan. Hal ini dibenarkan dengan adanya "*Year in Search 2018: Insights for Brands*" yang menjelaskan fakta-fakta tentang pencarian terpopuler pada mesin pencari (di internet) ini sepanjang tahun 2018. Riset tersebut dihadirkan untuk membantu para pebisnis atau perintis usaha mengenal perilaku (online) konsumen mereka. Pada laporan tersebut, "Google menemukan lima tren utama perilaku *online* konsumen yang dominan dalam setahun terakhir. Tren ini dimulai dari perilaku pengguna di luar kota besar, penggunaan perangkat, tuntutan pengguna, stereotip yang ditentang, dan fenomena *cashless*. Google mencatat, 94% konsumen yang terhubung dengan internet mengaksesnya melalui *smartphone*" (tirido.id:2019)

Menurut Minanda, dkk (2018:434) Belanja secara *online* dapat memberikan beragam kemudahan bagi

konsumen diantaranya adalah adanya penghematan biaya, barang bisa langsung diantar ke rumah, pembayaran dilakukan secara transfer, dan harga lebih terjangkau tak pelak membuat penggunanya merasa termanjakan dimana mahasiswa tidak perlu lagi belanja dengan pergi ke pasar berdesak-desakan untuk memperoleh barang yang mereka inginkan. Berdasarkan hasil survei dari WeAreSocial.net dan Hootsuite Instagram merupakan media sosial dengan jumlah user pengguna paling banyak ke tujuh di dunia setelah Amerika dan Brazil. Diketahui juga jumlah total pengguna media sosial ini mencapai angka 800 juta pada Januari 2018. Diperingkat nomor tiga ada Indonesia dengan jumlah pengguna aktif mencapai 55 juta, satu peringkat di atasnya ada Brazil dengan 57 juta pengguna aktif. Dan yang terakhir pengguna Instagram dengan status aktif paling banyak yaitu berasal dari Amerika Serikat dengan jumlah mencapai 110 juta.

Perilaku yang tercipta akibat pengaruh dari kelompok pertemanan atau disebut konformitas dalam ilmu psikologi sosial di kehidupan kampus ini dapat diperlihatkan pada lingkungan peneliti yang notabennya seorang mahasiswa. Myers (2012:252) konformitas merupakan seseorang yang menyamakan perilakunya dengan kelompok acuan sehingga individu dapat terhindar dari keterasingan. Ia juga mengatakan bahwa konformitas pada suatu kelompok pertemanan atau lingkungan mampu menjadikan seseorang berperilaku sesuai dengan keinginan kelompok serta membuat seseorang melakukan sesuatu yang berada di luar keinginannya tersebut. Ketika teman satu bercerita tentang pengalaman belanjanya maka teman yang lain akan merespon karena seseorang akan cenderung lebih mempercayai orang terdekatnya, umumnya seorang teman akan merekomendasikan untuk berbelanja ditempat yang sama ataupun tidak memperkenankan berbelanja ditempat yang sama jika pengalaman belanjanya kurang baik. Bukan hanya itu saja dalam suatu kelompok pertemanan akan menumbuhkan suatu ikatan yang secara tidak langsung menjadikan seseorang akan mengikuti setiap aktivitas ataupun perilaku satu sama lain.

Penelitian ini mengambil responden mahasiswa dari Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, dan Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya karena mahasiswa ekonomi terkenal dengan individu yang kekinian dan lebih modis juga *fashionable*. Mereka juga dikenal orang pada umumnya bahwa mereka paham akan pengelolaan keuangan karena mereka diberi pembekalan terkait ilmu ekonomi ataupun manajemen keuangan. Akan tetapi mahasiswa sendiri

sebagai individu yang masuk dalam tahap awal perkembangan menuju dewasa dan dalam masa studinya mereka masih banyak mendapatkan bantuan *financial* dari orang tuanya, sehingga belum sepenuhnya dapat mengelola keuangan untuk kebutuhannya dan mampu bersifat mandiri secara *financial*. Asumsi ini diperkuat dengan pendapat Wijayanti (2016:103) menyatakan bahwa “pada kenyataannya masih banyak mahasiswa yang belum mampu memahami dan mengelola keuangan pribadi dengan baik, bahkan beberapa diantaranya menganggap kegiatan keungan sebagai suatu hal yang tidak penting”.

### H1 Pengaruh Instagram Online Store Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa di Surabaya

Miranda (2016:2) mengatakan bahwa banyaknya *online shop* yang muncul di instagram merupakan hasil dari perkembangan dunia *fashion*. *Online shop* yang muncul di instagram biasanya menggunakan strategi *endorsement*. Selain strategi *endorsement*, biasanya penjual juga menerapkan strategi lain seperti, memberikan *free ongkir* (bebas biaya kirim) dan mempercantik tampilan foto produk atau jasa sehingga dapat menarik perhatian pengguna Instagram.

Hasil penelitian Fitria (2015:125) menyatakan bahwa Instagram *online store* telah berdampak pada bidang Ekonomi dimana penggunaan Instagram untuk berbelanja online secara berlebihan. Hal ini membuktikan bahwa adanya pengaruh Instagram *online store* terhadap gaya hidup konsumtif.

### H2 Pengaruh Konformitas Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Surabaya

Menurut Abidin dkk (2017:105) konformitas merupakan perilaku remaja yang muncul akibat tekanan dan pengaruh kelompoknya, baik perilaku positif maupun negatif. Sehingga dengan demikian perilaku ini harus dikontrol atau diarahkan pada perilaku yang positif.

Fajriana dkk (2018:385) meneliti bahwa untuk masuk dalam suatu kelompok, mahasiswa harus menyesuaikan diri dengan berbagai hal dalam kelompok, seperti budaya, kebiasaan dan bahasa yang menjadi identitas kelompok. Hal ini dapat menyebabkan seseorang berperilaku sama dengan kelompoknya. Hasil penelitian dari Perdana dan Mujasih menunjukkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif.

### H3 Pengaruh Instagram Online Store dan Konformitas Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa di Surabaya

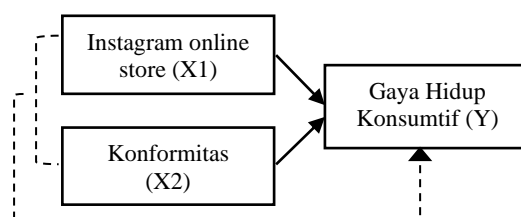
Seseorang yang berperilaku konformitas berupa tuntutan yang tidak tertulis dari kelompok teman sebaya terhadap anggotanya tetapi memiliki pengaruh yang kuat dan dapat menyebabkan munculnya perilaku-perilaku tertentu pada anggota kelompok. Konformitas dari teman di lingkungan berhubungan dengan aktifitas yang mereka lakukan. Belanja misalnya, jika ada beberapa anggota teman memperkenalkan tren dan melakukan pembelian secara online di sebuah toko *online* Instagram, maka anggota yang lain mau tidak mau biasanya akan ikut-ikutan agar bisa diterima di lingkungan pertemanan mereka. Hal seperti ini jika terus-terusan dilakukan maka seseorang yang mulanya tidak begitu boros akan menjadi lebih konsumtif dari biasanya.

Menurut Triningtyas (2019:19) karakter remaja anak muda termasuk mahasiswa yang mudah dipengaruhi oleh teman sebaya atau kelompok pertemanan menimbulkan terjadinya perubahan gaya hidup konsumtif. Dengan mengikuti perkembangan zaman, beralihnya pembelian secara tradisional dalam memenuhi kebutuhannya melalui *online shopping*, akan menunjang penampilan agar dapat memberikan kesan tidak ketinggalan zaman diantara teman kelompoknya.

### METODE

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian *ex-post facto* untuk menjelaskan variabel-variabel dalam penelitian saling berpengaruh yang memungkinkan perubahan perilaku atau fenomena dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini variabel bebas/independen terdiri dari instagram *online store* dan konformitas sedangkan variabel terikat/dependen yaitu gaya hidup konsumtif.

Populasi dalam penelitian ini merupakan mahasiswa dari 3 kampus yaitu Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, dan Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang memiliki Instagram dan pernah melakukan pembelian online di Instagram *online store* yang jumlahnya tak terhingga. Sampel yang diambil adalah 97 responden. Rancangan penelitian dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Gambar 1 Rancangan Penelitian  
Sumber : Diolah oleh penulis (2019)

Keterangan :

- Pengaruh secara Parsial  
- - - → Pengaruh secara Simultan

Pengumpulan datanya yaitu dengan menggunakan observasi dan kuisioner. Kuesioner yang disebarkan kepada responden untuk variabel *instagram online store* terdiri dari 8 butir pernyataan, variabel konformitas 7 pertanyaan, variabel gaya hidup konsumtif 10 pernyataan.

## HASIL PENELITIAN

Data hasil dari penelitian yang dilakukan pada tanggal 02 Mei-selesai, diperoleh 97 responden. Data ini berupa karakteristik responden dan deskripsi data untuk variabel independen yang terdiri dari *Instagram Online Store* ( $X_1$ ), Konformitas ( $X_2$ ), dan variabel dependen yaitu Gaya Hidup Konsumtif ( $Y$ ).

### Karakteristik Responden

Pada karakteristik ini berupa identifikasi dari beberapa faktor yang terdapat didalam kuisioner penelitian yang terdiri atas nama, jenis kelamin, usia, asal universitas.

**Tabel 1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Universitas**

No	Asal Universitas	Frekuensi
1.	Universitas Negeri Surabaya	37
2.	UIN Sunan Ampel Surabaya	30
3.	Universitas PGRI Adi Buana Surabaya	30

Sumber : Data diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel 1, responden yang dipilih adalah mahasiswa yang memenuhi kriteria yaitu 37 mahasiswa dari Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya, 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, dan 30 Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana.

**Tabel 2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Asal Universitas	Perempuan	Laki-laki	Jumlah
1.	UNESA	26	11	37
2.	UINSA	25	5	30
3.	UNIPA	20	10	30
	Total	71	26	97

Sumber : Data diolah tahun 2019

Responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelaminnya, mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya terdiri dari 26 perempuan dan 11 laki-laki, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya terdiri dari 25 perempuan dan 5 laki-laki, sedangkan di Fakultas Ekonomi Uiniversitas PGRI Adi Buana Surabaya terdiri atas 20 perempuan dan 10 laki-laki. Total dari responden perempuan berjumlah 71 mahasiswa, sedangkan laki-laki berjumlah 26 mahasiswa. Dapat disimpulkan bahwa responden dengan gaya hidup konsumtif didominasi oleh kaum perempuan. Hal ini dikarenakan perempuan lebih gemar mengkonsumsi produk dan lebih sering berbelanja dibandingkan dengan laki-laki.

Jumlah dari responden didominasi oleh mahasiswa usia 19-22 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pada usia tersebut mahasiswa sedang gemar-gemarnya mengikuti tren fashion, senang menghabiskan waktu nongkrong bersama teman, menyesuaikan diri dengan lingkungan diperkotaan yang dikenal konsumtif.

Secara simultan pengujian ini menunjukkan hasil bahwa *instagram online store* ( $X_1$ ) dan konformitas ( $X_2$ ), berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa di Surabaya ( $Y$ ). Analisis data menggunakan regresi linier berganda pada ANOVA tabel atau Uji F diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,000. Artinya, nilai probabilitas  $< 0,05$  sehingga kesimpulannya kedua variabel independen yang terdiri dari *instagram online store* dan konformitas secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu gaya hidup konsumtif.

Sedangkan hasil pengujian secara parsial variabel *instagram online store* ( $X_1$ ) dalam penelitian ini diperoleh nilai adalah 6,648 dengan nilai signifikan 0,000. Nilai signifikansi  $<$  dari 0,05, kesimpulannya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Selanjutnya untuk uji t / uji parsial konformitas ( $X_2$ ) diperoleh nilai sebesar 2,666 dengan nilai signifikan 0,009. Nilai signifikansi tersebut kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Instagram Online Store Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa di Surabaya

Hasil uji t pada variabel *Instagram online store* dalam penelitian ini dengan menggunakan SPSS versi 25.0 diperoleh hasil sebesar 6,648 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000. Dalam penelitian ini nilai signifikansi untuk variabel *instagram online store* kurang dari 0,05, maka dapat diartikan bahwa *instagram online*

*store* ini berpengaruh terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa di Surabaya. Koefisien regresi juga bernilai positif artinya bahwa pengaruh yang ada di dalam penelitian ini searah, dimana apabila pengaksesan dan aktivitas *instagram online store* tinggi, maka gaya hidup konsumtif mahasiswa juga akan tinggi begitupun sebaliknya. Pengaruh *Instagram online store* terhadap gaya hidup diukur melalui 4 indikator yaitu: kepercayaan, kemudahan akses, kualitas informasi, dan tampilan produk dengan 8 item pertanyaan. Berikut penjelasannya:

Indikator kepercayaan yang menjelaskan bahwa mahasiswa menggunakan Instagram sudah cukup lama, sehingga dapat dikatakan bahwa mahasiswa tersebut sudah tidak asing dengan segala fitur-fitur di Instagram khususnya *online store*. *Online store* pun menjadi rutinan untuk “mencuci mata” kala sedang senggang sebab di kota Surabaya sudah modern dan dikenal modis tidak ketinggalan zaman dari pada penduduk yang berada di pedesaan. Dari kepercayaan itu menimbulkan perasaan bahwa berbelanja pada Instagram ini dapat dilakukan terus menerus untuk memenuhi hasrat berbelanja tak terkontrol maka berimbas pada kekonsumtifan.

Seringnya mengakses dan menjelajahi *online store* membuat mereka mudah tertarik untuk membeli produk pada toko tersebut tanpa memikirkan produk tersebut memang dibutuhkan atau hanya sekedar ingin dan juga akan membuat seseorang menjadi tak terkendali dalam membeli serta berimbas pada diri yang lebih konsumtif. Berdasarkan identifikasi karakteristik responden didapatkan data bahwa mahasiswa yang mendominasi penggunaan Instagram *online store* sebagai tempat untuk berbelanja produk adalah mahasiswa dengan rentang usia 19-23 tahun atau dapat disebut sebagai remaja dewasa. Dimana pada usia tersebut sedang menyesuaikan lingkungan juga menjaga penampilan yang tak mau ketinggalan zaman dan memperbarui tampilannya setiap saat. Hal ini salah satunya yang membuktikan bahwa Instagram *online store* berpengaruh terhadap gaya hidup konsumtif.

Kualitas informasi yang cukup akan membuat konsumen tidak bingung dalam melakukan pembelian. Pada Instagram *online store* kontak penjual, keterangan tempat, nama toko email dan kolom pemesanan biasa diletakkan pada biografi bagian atas pada tampilan profil toko daring. Ada juga yang langsung diletakkan pada kolom deskripsi foto. Kualitas informasi juga dapat digunakan sebagai pertimbangan seseorang membeli pada *online store*.

Indikator tampilan produk, menunjukkan bahwa mahasiswa sebagai konsumen tertarik pada suatu produk dengan kemasan atau tampilan menarik. Saat tampilan produk yang dijual itu menarik perhatian atau terdapat

kelebihan tertentu pada tampilan produk seperti *bulpoint* karakter misalnya. Tampilan produk semacam itu akan cenderung lebih efektif membuat konsumen membeli barang tersebut. Ketika seseorang yang membeli barang didasarkan oleh keinginan tanpa mementingkan kegunaan dan manfaat dari suatu barang hanya akan membuat seseorang itu menjadi konsumtif juga menguras kantong.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Aksari (2015:9) yang mengatakan bahwa faktor-faktor pendorong bagi mahasiswa yang memang berperilaku konsumtif terhadap barang *online shop* antara lain karena faktor lingkungan, faktor produk, faktor internal dan faktor iklan.

### **Pengaruh Konformitas Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Surabaya**

Hasil uji t untuk variabel konformitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 25.0 diperoleh hasil sebesar 2,666 dengan nilai signifikan 0,009. Nilai signifikan kurang dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dari hal tersebut maka dapat diartikan variabel konformitas berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa di Surabaya. Koefisien regresi bernilai positif artinya bahwa pengaruh yang timbul dalam penelitian ini adalah searah, dimana apabila konformitas tinggi, maka gaya hidup konsumtif mahasiswa juga akan tinggi begitupun sebaliknya.

Berdasarkan hasil analisis data, diketahui bahwa pada indikator menyukai penerimaan cukup terlihat. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang menyatakan setuju pada setiap item pertanyaan, mulai dari mahasiswa yang senang menerima rekomendasi dari teman sepeergaulannya dan mengikuti kegiatan yang temannya lakukan. Ketika teman menyarankan untuk membeli barang akan membuat seseorang terbuju untuk mengikutinya. Bukan hanya itu saja ketika mengikuti kegiatan seperti yang orang lain lakukan juga pasti mengeluarkan biaya. Semisal teman kita suka jalan-jalan ke supermarket hanya sekedar main dan membeli jajan yang seharusnya mahasiswa itu bisa menabungkan uangnya tetapi ikut-ikutan jajan bersama teman kelompoknya. Hal tersebut mengartikan adanya pengaruh terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa.

Mahasiswa mudah terpengaruh dengan perilaku lingkungan kelompok pertemanan mereka. Hal ini dapat dibuktikan dari jawaban responden yang memilih setuju. Karena saat seseorang sering berkumpul, menghabiskan waktu bersama, bahkan mahasiswa yang merantau dan berada pada satu kosan akan menimbulkan pengaruh juga. Baik pengaruh negatif maupun positif karena bagaimanapun sifat orang berbeda-beda. Sebisa mungkin

memilah teman yang baik untuk diri kita karena jika lingkungan pertemanan kita baik maka secara tidak langsung kita juga akan terpengaruh baik. Jika teman kita suka menghamburkan uang untuk hal yang tidak penting dan ujungnya akan membuat kita boros maka bisa juga kita terpengaruh dengan mereka. Jadi sebisa mungkin berhati-hati dalam bergaul.

Selain itu pada indikator mengutamakan kepentingan kelompok juga menunjukkan bahwa mahasiswa biasanya lebih memilih mengorbankan kepentingan sendiri untuk kepentingan kelompoknya. Mahasiswa merasa tidak enak atau merasa dijauhi jika tidak mengikuti kemauan teman-teman dikelompok mereka. Hal ini dibuktikan juga dari jawaban responden yang banyak menjawab setuju untuk item pertanyaan menyukai barang yang teman mereka sukai untuk menjaga pertemanan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Perdana dan Mujiasih (2017:206) semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi perilaku konsumtif dan sebaliknya semakin rendah konformitas maka semakin rendah perilaku konsumtif mahasiswa.

### **Pengaruh Instagram *Online Store* dan Konformitas Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa di Surabaya**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa instagram *online store* (X1) dan konformitas (X2) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa di Surabaya. Dari hasil analisis data yang diperoleh dengan menggunakan analisis regresi linier berganda pada tabel uji ANOVA atau uji F diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,000. Nilai probabilitas kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa.

Dari hasil uji F dapat diketahui bahwa kedua variabel instagram *online store* dan konformitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa di Surabaya. Hal tersebut disebabkan karena mahasiswa lebih sering bergelut dengan ponselnya dan penggunaan media sosial sehari-hari yang membuat mereka menemukan *ads* pada *online store* ataupun menemukannya pada *explore* di fitur instagram. Bukan hanya itu mahasiswa lebih sering berjumpa dengan teman-temannya dibanding orang tua karena perkuliahan, apalagi kebanyakan dari mahasiswa di Surabaya ini berasal dari perantauan. Bukan tidak mungkin kalau setiap hari yang mereka temui adalah teman-temannya dan dapat mempengaruhi perilaku mereka.

Perkumpulan individu mengakibatkan individu tersebut membuat penilaian atas dirinya terhadap orang lain, tidak percaya diri merupakan penyakit seseorang dengan gengsi yang terlalu tinggi. Bahkan dapat membuat seseorang hilang kendali membeli barang karena tidak bisa mensyukuri apa yang dia punyai sekarang, inginnya sejajar bahkan lebih dari teman-teman kelompoknya membuat mereka bertingkah laku demikian yaitu boros dan konsumtif. Semakin banyak pendapatan yang mereka miliki maka semakin besar juga keinginan untuk membeli. Perlu berhati-hati bahkan jika perlu membuat catatan pengeluaran agar bisa memantau keuangan kita sendiri.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa dengan adanya instagram *online store* yang menjadi alternatif tren berbelanja dengan segala kemudahan yang diberikan dan dapat diakses dimana saja kapanpun juga menjadi faktor yang mendorong mahasiswa atau individu untuk mengkonsumsi produk dan berbelanja, selain *online store* sebagai trend gaya hidup ini konformitas dari lingkungan teman dan didukung sekitar kampus yang dekat dengan pusat perbelanjaan besar juga mendorong individu untuk merubah gaya hidupnya seperti dikota yang cenderung konsumtif alih-alih bergaya, modis, dan kekinian membuat mahasiswa terus menyesuaikan meniru gaya teman pada lingkungan mereka agar tidak dikucilkan atau dibedakan didalam pertemanan itu sendiri dan menyebabkan mahasiswa mengeluarkan pengeluaran yang banyak walaupun hanya sekedar jalan-jalan untuk membeli jajanan makanan dan minuman mereka melakukannya konsisten akan berakibat pada gaya hidup yang konsumtif.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan rumusan masalah maka dapat disimpulkan bahwa : 1) Instagram *online store* berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa di Surabaya. 2) Konformitas berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa di Surabaya. 3) Instagram *online store* dan konformitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa di Surabaya.

### **SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti memberi saran : 1) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa instagram *online store* mempengaruhi gaya hidup konsumtif mahasiswa, sehingga diharapkan mahasiswa lebih bijak dalam membeli kebutuhan pada *online store* serta mengatur pengeluaran yang dirasa kurang dibutuhkan untuk mengurangi konsumtif yang tinggi.

Memperhatikan dampak negatifnya terhadap diri sendiri jika terlalu boros akan menjadi kebiasaan yang buruk dan susah untuk dihilangkan. 2) Untuk mahasiswa dengan konformitas yang tinggi hendaknya bisa tetap memilih dan memilah pertemanan di lingkungannya karena mahasiswa atau individu lebih berorientasi pada teman mereka dan pengaruhnya sangat besar sekali. Teman bisa membawa kedalam kebaikan dan juga dapat membawa seseorang kearah yang negatif termasuk gaya hidup konsumtif. 3) Membuat daftar pengeluaran harian agar mengetahui pengeluaran apa saja yang dikeluarkan pada hari itu dan memahami pentingnya hidup berhemat dan tidak berlebih-lebihan. 4) Bagi peneliti selanjutnya hendaknya meneliti atau mengembangkan penelitian serupa. Penulis menyarankan untuk memilih variabel lain seperti iklan televisi dan hedonism yang dapat mempengaruhi gaya hidup konsumtif, serta ruang lingkup penelitian dapat diperluas dari penelitian ini, sehingga diharapkan pengambilan sampel dapat beragam dan bervariasi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, U. K. & Anam, S. (2017). Fenomena geng santri (pengaruh konformitas kelompok teman sebaya terhadap perilaku positif dan negative geng santri di pondok pesantren). *Jurnal Studi Islam* 13 (1), 98-125
- Aksari, Asyifa A. (2015). Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang *Online Shop* pada Mahasiswa di Kota Surakarta. 1 (1): 1-10
- Azis, Ibnu. (2019 3 Januari). Tren Perilaku Online Konsumen Indonesia Sepanjang 2018. *Tirto*. Diperoleh pada 16 Februari 2019, dari <https://tirto.id/tren-perilaku-online-konsumen-indonesia-sepanjang-2018-ddcH>
- Fitria, E. H. (2015). Dampak Online Shop Di Instagram Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic Di Samarinda., 1 (3): 117-128
- Minanda A., dkk (2018) Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari. *Neo Societal* 3 (2), 433-440
- Miranda, S. (2017). Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau. *JOM FISIP* , 4 (1), 2-4
- Myers, David G. 2012. *Psikologi Sosial*, Edisi 10. Jakarta : Salemba Humanika
- Perdana, P. I. & Endah M. 2017. Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya Dengan Perilaku

Konsumtif Membeli Pakaian Pada Mahasiswi Angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 6 (4),195-208

Triningtyas, D. A. & Margawati T. M. (2019). Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Terhadap *Online Shopping* Pada Remaja. *Jurnal Kependidikan: Jurnal Hasil Penelitian dan Kajian Kepustakaan di Bidang Pendidikan, Pengajaran dan Pembelajaran*, 5 (1) 16-20

Wijayanti, Grisvia A. & Farida Rahmawati. (2016). Pengaruh Jenis Kelamin, IPK, dan Semester Terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa Prodi S1 Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Malang. *JPE* 9 (1), hlm 102-115

a