



PENGARUH GAYA HIDUP HEDONISME TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DEWASA DI KARANGBESUKI MALANG

Muhammad Aldiansyah, Sudjiwanati*, Nadiya Andromeda

*Corresponding Author:
Universitas Wisnuwardhana

Email:
*sudjiwanati02@gmail.com
diyasaja@gmail.com

Abstrak. Kehidupan hedonism pada jaman semakin modern dapat mengubah pola perilaku konsumtif yang terjadi di seluruh lapisan masyarakat yang menarik untuk di teliti. Tujuan penelitian mengkaji pengaruh gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif di daerah Karangbesuki Malang. Metode penelitian kuantitatif populasinya Rukun Warga 3 Karangbesuki, sampel penelitian 213 responden dengan teknik purposive sampling. Alat ukur yang digunakan skala perilaku konsumtif 21 aitem, Gaya Hidup Hedonis 23 aitem dengan skala likert, yang telah di uji validiaditas Product Moment dan uji reliabilitas Alpha Cronbach. Uji hipotesis menggunakan nalisis regresi linear sederhana dengan hasil penelitian gaya hidup hedonisme memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai signifikansi variabel gaya hidup hedonisme sebesar 0,046. Menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup hedonisme maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif. Nilai R square 0,136 artinya gaya hidup hedonisme memiliki pengaruh sebesar 13,6% terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya hidup hedonisme secara simultan berpengaruh signifikan secara positif terhadap Perilaku Konsumtif. Menegaskan bahwa semakin tinggi gaya hidup hedonisme, maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtif.

Kata kunci: Dewasa; Gaya Hidup Hedonisme; Perilaku Konsumtif

Abstract. Hedonistic life in the increasingly modern era can change consumer behavior patterns that occur in all levels of society, which is interesting to study. The aim of the research is to examine the influence of a hedonistic lifestyle on consumer behavior in the Karangbesuki Malang area. The quantitative research method was the population of Rukun Warga 3 Karangbesuki, the research sample was 213 respondents using a purposive sampling technique. The measuring instrument used is a 21-item consumptive behavior scale, 23-item Hedonic Lifestyle with a Likert scale, which has been tested for Product Moment validity and Cronbach's Alpha reliability test. Hypothesis testing uses simple linear regression analysis with research results that the hedonistic lifestyle has a significant positive influence on consumer behavior with a significance value for the hedonistic lifestyle variable of 0.046. Shows that the higher the hedonistic lifestyle, the higher the consumer behavior. The R square value is 0.136, meaning that a hedonistic lifestyle has an influence of 13.6% on consumer behavior. The results of the study indicate that the hedonistic lifestyle variable simultaneously has a significant positive effect on Consumptive Behavior. Affirming that the higher the hedonistic lifestyle, the higher the consumptive behavior.

Keywords: Adults; Hedonistic Lifestyle; Consumptive Behavior

PENDAHULUAN

Identitas yang dimiliki oleh individu tercermin dari barang yang mereka beli. Pada konteks ini, konsumsi tidak hanya tentang memenuhi kebutuhan

yang bersifat biologis atau fisik, tetapi juga mengenai ekspresi diri dan pencarian identitas bagi individu. Barang yang dibeli oleh individu, tentunya menggambarkan representasi diri, nilai-nilai dan

aspirasi individu. Oleh karena itu, individu dapat mendapat pengakuan dari orang lain dari barang yang di beli. Barang yang dibeli individu dan mendapat pengakuan dari orang lain, akan membuat individu semakin termotivasi di dalam melakukan pembelian barang. Hal ini mendorong kepuasan yang tidak ada habisnya di dalam melakukan pembelian.

Menurut Solatikun dkk (2015) masyarakat tidak lagi mengenali kebutuhan pokok, namun justru tergoda untuk memuaskan keinginan yang semu supaya disebut orang modern. Industri budaya telah membentuk selera konsumen dan cenderung massa, sehingga membentuk kesadaran konsumen dengan menanamkan keinginan atas kebutuhan kebutuhan palsu.

Individu juga tidak jarang mengikuti tren yang ada, dimana tren ini ikut mendorong individu melakukan pembelian yang tidak ada habisnya. Perilaku kecenderungan mengkonsumsi barang berlebihan untuk mendorong pemuasan diri tanpa pertimbangan yang matang ini, disebut perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif bila dilakukan secara terus menerus, maka akan menimbulkan kerugian. Kerugian yang ditimbulkan bisa berupa pengeluaran yang tidak ada habisnya, kemudian dapat mengakibatkan kesulitan dalam membedakan antara keinginan dan kebutuhan. Berikutnya membuat individu memiliki nafsu belanja yang sulit untuk dikendalikan.

Wahyudi (2013) mengatakan bahwa konsumerisme tidak lagi didasarkan pada pemikiran dan pertimbangan rasional, melainkan pada kecenderungan materialistis, kemewahan dan memiliki harta benda yang bernilai untuk menunjang status sosial yang bergengsi. Kemudian menurut Lestarina et al., (2017) perilaku konsumtif ini ditandai dengan tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperhitungkan, sehingga sifatnya menjadi berlebihan.

Perilaku konsumtif dapat membuat individu mengalami kerugian dari segi keuangan dan dari segi psikologis. Segi keuangan dapat membuat individu terjerat hutang. Segi psikologis dapat mempengaruhi kesejahteraan mental. Ini disebabkan individu yang memiliki perilaku konsumtif, akan memiliki kecenderungan secara terus menerus dalam membeli barang. Ini juga dapat memicu individu merasa cemas, karena keinginan yang tidak ada habisnya menuntut untuk dipenuhi, bahkan terjadi ketika tidak memiliki dukungan finansial yang cukup. Ketiadaan dukungan finansial yang cukup, dapat membuat individu lebih merasakan cemas.

Berdasarkan sudut pandang psikologis, perilaku konsumtif menyebabkan seseorang merasa cemas

dan tidak aman, hal ini dikarenakan selalu merasa ada kebutuhan untuk membeli barang yang mereka inginkan, namun kegiatan pembelian tersebut tidak didukung oleh dukungan finansial yang memadai. Hal ini menimbulkan rasa cemas, karena keinginan mereka tidak terpenuhi (Rahayuningsih, 2018).

Konsumtif merupakan gaya hidup berbelanja di zaman modern, masyarakat saat ini tidak jauh dari kebiasaan konsumtif. Ini terjadi karena globalisasi dan kemajuan teknologi. Globalisasi membuat banyak produk luar dalam ranah pasar indonesia yang menarik masyarakat untuk membelinya. Banyaknya produk inovasi yang canggih, membuat masyarakat tertarik untuk membeli produk tersebut, walaupun belum tentu membutuhkan produk itu. Masyarakat yang lebih memungkinkan untuk melakukan tindakan konsumerisme adalah usia dewasa. Usia dewasa adalah usia dimana seseorang produktif untuk bekerja dan menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi orang disekitarnya.

Menurut data dari Kementerian Kesehatan pada tahun 2023 yang dikutip dari website Kementerian Kesehatan, menjelaskan bahwa usia dewasa adalah usia 19 hingga 59 tahun. Ini dikatakan usia produktif yang ditandai dengan kemampuan untuk melakukan aktivitas sehari-hari dengan efektif serta efisien. Kemudian menurut Yudrik Yahja (2011) dalam bukunya Psikologi Perkembangan, mengatakan bahwa masa dewasa adalah masa terpanjang setelah masa anak-anak dan masa remaja, dimana pada masa ini seseorang harus melepaskan ketergantungannya terhadap orang tua dan mulai belajar mandiri, karena telah mempunyai tugas dan peran yang baru.

Perilaku konsumtif yang dilakukan oleh usia dewasa, didasari oleh salah satunya yaitu gaya hidup. Gaya hidup yang berhubungan dengan perilaku konsumtif adalah perilaku hedonis. Perilaku hedonis sendiri adalah pandangan untuk mencari kesenangan serta kepuasan di dalam hidup. Pandangan hedonisme adalah keyakinan bahwa mencari kenikmatan dan menghindari penderitaan adalah hal yang paling penting di dalam hidup. Cara di dalam mencari kenikmatan dan menghindari penderitaan di dalam hidup bisa bermacam-macam, ini meliputi pergi menonton konser band terkenal, Makan di cafe yang mahal dan suka membeli barang berdasarkan keinginan. Bagi sebagian orang, hedonis adalah hiburan di saat mengalami kehidupan di dalam kemiskinan.

Setiawan Rizki (2023) mengungkapkan bahwa hidup hedonis menjadi suatu impian seseorang dalam hidup untuk bangkit dari kemiskinan yang selama ini diterpa, sehingga bagi sebagian orang, hedonis tidak

lagi menjadi suatu permasalahan sosial. Hedonisme dapat menjadi bentuk pelarian dari kemiskinan, tetapi hanya bersifat sementara dan memiliki konsekuensi negatif.

Salah satu bentuk perilaku mencari kesenangan dan menghindari penderitaan berdasarkan pengamatan peneliti terjadi di daerah Karangbesuki, berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan dengan 6 orang didapati bahwa ada kecenderungan usia dewasa yang mencari kesenangan sebagai hiburan di saat mengalami penderitaan karena faktor keterbatasan ekonomi. 3 orang mengatakan memiliki tagihan barang elektronik yang membludak, 2 orang merasa menyesal karena telah melakukan pembelian baju atau kaos yang sifatnya berlebihan, 1 orang menjelaskan kesulitan dalam memenuhi kebutuhan karena berfokus pada keinginan sesaat dalam membeli barang. Disisi lain, 6 orang tersebut mengatakan mengalami perasaan cemas dan kekawatiran akan masa depan. Kemudian menyampaikan bahwa mereka suka sekali menghibur dirinya dengan cara membeli barang-barang mahal, seperti handphone, tv, motor, dan beberapa barang lainnya terkait dengan fashion jika mereka baru saja memiliki uang atau dengan cara berhutang, tanpa memperhatikan kebutuhan.

Penelitian sebelumnya mengenai perilaku konsumtif yang didasari oleh gaya hidup hedonis, dibuktikan berdasarkan penelitian dari Liana Sein Ritonga & Rosatyani Puspita Adiati, (2022) tentang Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Self-Esteem Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di Surabaya, menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif dengan nilai t sebesar 6,341 dan signifikansi 0,000, mengartikan bahwa semakin tinggi gaya hidup hedonisme, maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif ataupun sebaliknya. Penelitian lain yang dilakukan oleh Ayu Nuro'im dan Muhammad Anasrulloh (2023) tentang Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Semester IV, VI dan VIII Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2022/2023, juga mengatakan bahwa gaya hidup hedonisme memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku konsumtif. Penelitian sebelumnya meneliti pengaruh gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif pada usia remaja dan mahasiswa. Pada penelitian ini berfokus untuk mengkaji pengaruh gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif dewasa.

Berdasarkan penjelasan yang disampaikan diatas

terkait dengan penelitian sebelumnya dan fenomena yang diamati oleh peneliti, yaitu mengenai gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Dewasa, di Karangbesuki Malang. Melalui pendekatan penelitian ini, diharapkan akan ditemukannya pengaruh yang mendalam diantara kedua variabel tersebut dan efek terhadap masyarakat di Karangbesuki. Penelitian ini berfokus untuk mencari determinan dari suatu pendekatan yaitu gaya hidup hedonisme. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana pengaruh gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif dewasa, di Karangbesuki Malang.

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yaitu adakah pengaruh gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif dewasa di Karangbesuki Malang. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh jawaban dari rumusan masalah yang telah dikemukakan, yaitu untuk mengetahui Bagaimana pengaruh gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif dewasa, di Karangbesuki Malang. Manfaat teoritis Penelitian ini dapat membantu pengembangan teori-teori terkait perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonisme, memperkaya kerangka konseptual di bidang psikologi sosial, psikologi ekonomi, dan psikologi konsumen. Penelitian ini juga bisa dijadikan bahan referensi bagi peneliti yang lain di dalam mengembangkan studi lanjut terkait gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif. Kemudian penelitian ini juga dapat memperkaya penelitian tentang pengaruh gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif. Manfaat praktis penelitian ini dapat memberikan pemahaman kepada ibu-ibu PKK dan Karangtaruna rukun warga (RW) 03 di Karangbesuki, tentang pengaruh gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini dapat memberikan pengembangan kegiatan program pendidikan dan penyuluhan, mengenai perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonisme. Peneliti selanjutnya Menyediakan landasan bagi penelitian lanjutan yang dapat mendalam pada aspek-aspek khusus dari Pengaruh antara gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif.

Menurut Munandar (2011), perilaku konsumtif merupakan bagian dari aktivitas atau kegiatan mengkonsumsi suatu barang dan jasa yang dilakukan oleh konsumen. Kemudian Sari (2017) menyatakan bahwa perilaku konsumtif dicirikan dengan pembelian barang yang tidak masuk akal atau tidak mempertimbangkan nilai kebutuhannya, sehingga sifatnya berlebihan. Perilaku konsumtif merupakan

sebuah tindakan yang dilakukan individu sebagai konsumen untuk membeli, menggunakan, atau mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan, tidak rasional, menimbulkan pemborosan dan hanya mengutamakan keinginan ataupun kesenangan pribadi tanpa mempertimbangkan aspek kebutuhan atau manfaat dari barang atau jasa tersebut, bahkan hanya untuk memperoleh pengakuan sosial atau kepuasan pribadi (Pulungan & Febriaty, 2018).

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). Susilawati dan Fr. (2018) mengatakan bahwa saat seorang individu yang membeli dengan tujuan untuk memenuhi kesenangannya saja tanpa menimbulkan efek untuk pemenuhan fungsi kebutuhan yang dimilikinya maka disebut sebagai perilaku konsumtif. Sebayang (2011) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu tindakan yang individu lakukan yaitu membeli atau mengonsumsi barang atau jasa yang dimana hal tersebut bukanlah prioritas kebutuhannya secara berlebihan dan tanpa pertimbangan yang rasional, dan dilakukan hanya untuk kepuasan fisik dan memuaskan hasrat kesenangan semata. Menurut Dharmmesta dan Handoko (2011) menyatakan perilaku konsumtif sebagai perilaku pembelian konsumen yang tidak dapat lagi membedakan antara kebutuhan dan keinginan terpenuhi atau terpuaskan. Menurut Sumarwan (2011) perilaku konsumtif atau yang disebut tindakan konsumen ialah seluruh aktivitas, kegiatan, berikut proses perasaan yang menyokong perbuatan saat sebelum membeli sesuatu, saat membeli, memakai, mengurangi suatu produk sesudah mengikuti hal diatas atau kegiatan mengevaluasi.

Nitisusastro (2012), mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai proses mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak pada konsumsi produk, jasa maupun ide dengan harapan dapat memenuhi kebutuhan. Astuti (2013) menyatakan perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai tindakan pemakaian produk yang tidak lagi didasari oleh pertimbangan rasional, melainkan karena keinginan pada taraf yang tidak rasional. Astuti juga menambahkan Apabila perilaku konsumtif terus menerus terjadi maka akan mengakibatkan kondisi keuangan menjadi tidak terkontrol selain itu akan menimbulkan tindakan pemborosan dan mengakibatkan penumpukan barang karena pembelian yang dilakukan secara berlebihan atau

terus menerus.

Aspek-aspek dalam perilaku konsumtif adalah sebagai berikut Lina & Rosyid 1997 (Lestarina et al, 2017) : A) Pembelian Impulsif (Impulsive Buying): Menunjukkan sikap seseorang berperilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat, tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan bersifat emosional. B) Pembelian Boros (Wasteful Buying): Menghamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang lebih jelas dan memiliki dampak yang negatif. C) Pembelian Tidak Rasional (Non-Rational Buying): Melakukan pembelian karena untuk mencari kesenangan semata, kesenangan yang dicari adalah kenyamanan fisik di mana akan merasa senang dan nyaman ketika seseorang memakai barang yang dapat membuatnya terlihat bagus dan trendy.

Definisi perilaku konsumtif menurut Kotler (2021) perilaku konsumtif merupakan tindakan individu mengonsumsi, menggunakan, memakai sesuatu bukan karena membutuhkan, melainkan karena keinginan dan hanya untuk memenuhi hasrat semata. Selain aspek-aspek yang telah disebutkan di atas, terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif menurut Kotler dan Keller yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor personal, dan faktor psikologis, Kotler & Keller, (2021): 1) Faktor budaya dalam perilaku konsumtif dipengaruhi oleh adanya peran budaya, sub budaya. dan kelas sosial yang mendorong individu untuk memenuhi standar kebutuhan yang lebih tinggi dari kebutuhan fungsional. 2) Faktor sosial dalam perilaku konsumtif dipengaruhi oleh adanya kelompok acuan, keluarga, status dan peran yang mendorong individu untuk membentuk perilaku dan gaya baru sesuai dengan acuan kelompok dengan menggunakan produk yang menentukan posisi dan peranannya dalam masyarakat. 3) Faktor psikologis terdiri dari motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan, dan sikap yang memberikan dorongan, interpretasi, pembentukan keyakinan, mendapatkan pengetahuan atau informasi produk yang dapat membentuk keyakinan dan sikap pada individu. 4) Faktor personal yang terdiri dari kepribadian individu, usia, tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, dan konsep diri.

Indikator perilaku konsumtif menurut Astuti (2013), adalah sebagai berikut: 1) Membeli produk karena hadiah. Membeli barang atau jasa karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut. 2) Membeli produk karena kemasan menarik. Membeli barang atau jasa karena produk

dibungkus secara rapi, menarik, kreatif sehingga mempengaruhi individu untuk membeli produk. 3) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. Setiap konsumen memiliki ciri khas dalam berpakaian dan berdandan sehingga membeli produk untuk menunjang penampilan diri.

Effendi (2016) membagi dampak negatif akibat perilaku konsumtif sebagai berikut: 1) Ekonomi: Individu yang melakukan perilaku konsumtif secara terus-menerus, maka akan mengalami kesulitan dalam mengelola keuangannya dengan baik. 2) Sosial: Individu yang berperilaku konsumtif akan terus mengikuti atribut yang sedang trend dan banyak digemari tanpa mau menjadi diri sendiri. 3) Psikologis: Perilaku konsumtif yang dialami akan memberikan tekanan pada individu apabila keinginannya tersebut tidak dapat terpenuhi

Menurut Utami (2012) menyatakan bahwa gaya hidup hedonis sebagai bentuk kehidupan yang mengarah pada kegiatan konsumtif dalam membeli suatu produk demi mendapatkan kesenangan duniawi. Gaya hidup hedonis dapat diartikan sebagai sikap seseorang yang lebih menyukai menghabiskan waktu dengan melakukan aktivitas di luar rumah, gemar menghabiskan uang untuk membeli barang yang bukan menjadi kebutuhan pokok dan senang menjadi pusat perhatian (Jenny et al., 2021). Nadzir dan Ingarianti (2015) mengungkapkan bahwa gaya hidup hedonis merupakan suatu pola hidup seseorang yang melakukan aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, menghabiskan waktunya di luar rumah untuk bersenang-senang dengan temannya, gemar membeli barang yang tidak dibutuhkan, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian di lingkungan sekitarnya.

Gaya hidup hedonisme berkaitan dengan gaya hidup yang mengarahkan pada kegiatan dalam mencari kesenangan hidup dan kegiatan meluangkan waktu keluar rumah, lebih banyak main, membeli segala sesuatu yang tidak diperlukan dan bertujuan untuk menjadi pusat perhatian saja (Sholeh, 2017). Kemudian Menurut Purnomo & Ichsanudin (2021) gaya hidup hedonisme adalah pola hidup di mana aktivitas cenderung mencari kesenangan hidup. Sedarmayanti et al., (2021) gaya hidup hedonisme adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan seperti lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disenanginya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian. Gaya hidup hedonisme adalah pola hidup di mana aktivitas cenderung mencari kesenangan hidup (Afriyani, 2022).

Gaya hidup hedonisme adalah gaya hidup

yang menjadikan kesenangan sebagai tujuan hidup dikarenakan aktivitasnya hanya untuk mencari kesenangan hidup (Wijaya dan Yuniarinto, 2016). Hedonism lifestyle merupakan pola gaya hidup yang hanya ingin memperoleh kebahagiaan, serta menganggap bahwa kebahagiaan ialah tujuan utama dari hidup (Parmitasari et al., 2018). Gaya hidup hedonisme adalah pilihan cara menggunakan waktu dan uang yang sangat memengaruhi perilaku keuangan seseorang, karena seseorang dengan gaya hidup hedonisme lebih mementingkan gaya hidup daripada kebutuhan, maka jika seseorang baik dan benar dalam mengatur gaya hidup akan semakin baik dalam mengelola keuangannya (Andreapuspa & Muhdiyanto, 2022).

Menurut Wells dan Tigert 1971 (Nadzir dkk, 2015), mengatakan terdapat beberapa aspek-aspek gaya hidup hedonisme: 1) Kegiatan (Activities) Kegiatan merupakan sesuatu hal yang tidak dapat diukur secara langsung. Kegiatan yang normal dilakukan mungkin tidak berlebihan, lain halnya dengan hedonism yang melakukan kegiatan tersebut secara berlebihan dan menghabiskan waktu dan uang. 2) Minat (Interest) Minat merupakan suatu dorongan yang tinggi terhadap sesuatu yang diinginkan, seperti benda, fashion, makanan, barang-barang mewah dan selalu ingin menjadi pusat perhatian orang lain. 3) Opini (opinion) Opini dalam konteks ini, hedonis mempunyai opini terhadap sesuatu yang menurutnya menarik, sehingga menjadi sebuah keharusan untuk dimiliki.

Kotler dan Armstrong (2006) mengungkapkan bahwa gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang di senangnya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.

Kemudian menurut Kotler dan Armstrong (dalam Sarlina, 2016) dalam faktor eksternal, gaya hidup hedonis seseorang dipengaruhi oleh salah satunya yaitu kelas sosial. kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogen dan berumur panjang dalam masyarakat yang diorganisir dalam tatanan hierarkis tunggal dan berbagi nilai, minat, dan perilaku yang sama di setiap tingkatan.

Peter dan Olson (2005) mengungkapkan indikator gaya hidup hedonisme, yaitu: 1) Aktivitas: Aktivitas adalah cara seseorang untuk menghabiskan waktunya yang berbrntuk tindakan nyata. Seperti berbelanja dan bermain. 2) Minat: Minat adalah sesuatu yang menarik yang membuat seseorang melakukan dan

memperhatikan suatu objek atau peristiwa yang lebih menekankan pada kesenangan hidup saja. Seperti makan, barang-barang mahal, serta ingin selalu menjadi pusat perhatian masyarakat. 3) Opini: Opini adalah pendapat seseorang yang ditanggapi melalui lisan maupun tulisan yang dikeluarkan apabila muncul suatu pertanyaan tentang isu-isu sosial atau produk yang digunakan.

Menurut Jenny (2021) gaya hidup hedonisme secara tidak langsung dapat memberikan dampak dengan menggerakkan roda perekonomian. Dampak negatifnya yaitu merusak diri sendiri, pemborosan serta melanggar aturan dan norma. Menurut Lestarina et al. (2017) perilaku konsumtif ini ditandai dengan tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Sedangkan definisi perilaku konsumtif menurut Kotler (2021) perilaku konsumtif merupakan tindakan individu mengonsumsi, menggunakan, memakai sesuatu bukan karena membutuhkan, melainkan karena keinginan dan hanya untuk memenuhi hasrat semata.

Menurut Susanto (2013) juga menyatakan bahwa gaya hidup menjadi salah satu hal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dimana gaya hidup menunjukkan kehidupan seseorang di lingkungan sekitarnya. Selain itu,

Berdasarkan penelitian terdahulu yaitu Pengaruh antara variabel gaya hidup hedonisme dengan perilaku konsumtif, dibuktikan berdasarkan penelitian dari Liana Sein Ritonga & Rosatyani Puspita Adiati, (2022) tentang pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Self-Esteem terhadap Perilaku Konsumtif pada Remaja di Surabaya, menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif dengan nilai t sebesar 6,341 dan signifikansi 0,000. Mengartikan bahwa semakin tinggi Gaya Hidup Hedonisme, maka akan semakin tinggi Perilaku Konsumtif ataupun sebaliknya. Tingkat perilaku konsumtif remaja di Surabaya pada level sedang, yaitu sebesar 70,3%. Hal ini sejalan dengan gaya hidup hedonis remaja yang berada pada level sedang, yaitu 64,6%. Artinya sebagian besar remaja di Surabaya memiliki perilaku konsumtif sedang dan memiliki gaya hidup sedang, namun dari kategori tinggi dan rendah partisipan penelitian lebih banyak berada dalam kategori tinggi. Tinggi maupun rendahnya perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor salah satunya gaya hidup hedonis. Penelitian lain yang juga dilakukan oleh Ayu Nuro'im dan Muhammad Anasrulloh (2023) tentang pengaruh Gaya hidup Hedonis dan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Program Studi Pendidikan Ekonomi Semester iv, vi dan viii Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2022/2023, menunjukkan bahwa hasil penelitian secara parsial variabel Gaya hidup Hedonis memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa program studi pendidikan ekonomi semester IV, VI, dan VIII. Kemudian memiliki kategori cukup tinggi, diperoleh nilai $(10,665) > (1,997)$ dan nilai signifikan sebesar $(0,000) < (0,05)$ maka H_a diterima dan H_o ditolak.

METODE

Variabel di dalam penelitian ini yaitu Variabel bebas (x) Gaya Hidup Hedonisme Variabel (Y) adalah Perilaku Konsumtif.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan perilaku menghabiskan uang untuk mendorong pemuasan diri tanpa pertimbangan yang matang, sehingga dapat menimbulkan penyesalan di kemudian hari. Penelitian ini berfokus pada perilaku konsumtif, sehingga tidak seluruh perilaku pembelian digunakan sebagai dasar untuk mendiagnosis. Perilaku konsumtif diukur menggunakan skala perilaku konsumtif yaitu aspek pembelian impulsif, pembelian boros dan pembelian tidak rasional.

Gaya Hidup Hedonisme

Gaya hidup hedonisme adalah keyakinan bahwa mencari kenikmatan dan menghindari penderitaan adalah hal yang paling penting di dalam hidup. Seseorang yang mencari kenikmatan biasanya akan rela menghabiskan uang yang mereka punya untuk hal-hal yang kurang bermanfaat bagi dirinya, sehingga membuat seseorang itu mengalami kerugian di kemudian hari. Gaya hidup hedonisme diukur menggunakan skala gaya hidup hedonisme yang terdiri dari aspek kegiatan, minat dan opini.

Populasi di dalam penelitian ini yaitu orang dewasa berusia 30-35 tahun. Berdasarkan data yang diperoleh dari RW 3 Karangbesuki di rentang usia tersebut yaitu 531 orang. Ciri-ciri dari subjek penelitian meliputi adalah Berusia 30-35 tahun baik laki-laki ataupun Perempuan, Pernah membeli barang untuk mencari kesenangan, Menggunakan kredit atau hutang untuk berbelanja. Pengambilan sampel didapati dari pendataan penduduk menunjukkan bahwa jumlah sampel penelitian sebanyak 213. Desain penelitian menggunakan penelitian kuantitatif, yaitu dengan maksud untuk mengumpulkan data dalam jumlah besar, berkaitan dengan pengaruh gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif.

Metode penelitian ini memberikan kerangka kerja untuk menguji pengaruh antara variabel yang telah ditentukan. Pengambilan data dilakukan secara online dimana partisipan diminta untuk menjawab pertanyaan yang telah disediakan peneliti pada platform google form.

Instrumen yang digunakan adalah skala likert. ini dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dari sekelompok orang. Di dalam penelitian ini ada 4 kategori sikap yaitu, "Setuju" (ST), "Sangat setuju" (SS), "Tidak setuju" (TS), "Sangat tidak setuju" (STS). Pada penelitian ini terdapat 4 opsi jawaban, dimana jawaban (N) dihilangkan agar terhindar dari resiko responden memilih alternatif yang lebih aman dan tidak mempresentasikan diri. Skala perilaku Konsumtif, terdiri dari 36 item. Pada masing-masing item mewakili suatu indikator dari perilaku konsumtif.

Skala perilaku konsumtif dibuat berdasarkan penjelasan aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Lina & Rosyid 1997 (Lestarina et al, 2017) yang mengidentifikasi tiga aspek dalam perilaku konsumtif yakni,

1. Pembelian Impulsif (Impulsive Buying) Menunjukkan sikap seseorang berperilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesat, tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan bersifat emosional.
2. Pembelian Boros (Wasteful Buying) Menghamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang lebih jelas dan memiliki dampak yang negatif.
3. Pembelian Tidak Rasional (Non-Rational Buying) Melakukan pembelian karena untuk mencari kesenangan semata, kesenangan yang dicari adalah kenyamanan fisik di mana akan merasa senang dan nyaman ketika seseorang memakai barang yang dapat membuatnya terlihat bagus dan trendy.

Hasil uji validitas dengan menggunakan uji Product Moment diperoleh

Item Valid 1,3,4,5,7,9,11,12,13,14,15,16,17,19,20,21,22,25,28,29,31

Item Tidak Valid: 2,6,8,10,18,23,24,26,27,30,32,33,34,35,36

Skala gaya hidup hedonisme ini, terdiri dari 36 item. Peneliti memodifikasi skala ini dengan bahasa yang lebih mudah dipahami. Skala gaya hidup hedonisme dibuat dengan mengkonstruksi skala gaya hidup hedonisme yang merujuk pada teori wells dan tigert (dalam Nadzir dkk, 2015). Skala gaya hidup hedonisme terdiri dari 3 aspek utama yaitu kegiatan (activities), minat (interest) dan opini (opinion) dapat dilihat pada Tabel 2.

Hasil uji validitas dengan menggunakan uji Product Moment diperoleh Item Valid: 1,2,4,5,6,7,8,11,12,13,18,19,20,21,22,24,25,28,29,31,34,35,36. Item Tidak Valid: 3,9,10,14,15,16,17,23,26,27,30,32,33.

Uji reliabilitas menggunakan uji *Cronbach's Alpha* pada 2 alat ukur lebih besar dari 0,6 menunjukkan reliabel. Hasil uji *Cronbach's Alpha* menunjukkan nilai variabel Perilaku Konsumtif 0,764 dan variabel Gaya Hidup Hedonisme 0,722.

Teknik analisis data dalam penelitian pengaruh gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif menggunakan teknik Analisis Regresi Linear Sederhana. Ini dilakukan untuk menguji taraf signifikansi diantara kedua variabel.

Menurut Ambar Safitri dan Tri Darmawati (2020) mengatakan bahwa Analisis Regresi Linier Sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara satu variabel bebas dengan variabel terikat untuk memprediksi atau meramalkan suatu nilai variabel dependen berdasarkan nilai independen. Langkah-langkah analisis data penelitian sebagai berikut :

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik menurut Mardiatmoko (2020)

Tabel 1.
Blueprint Perilaku Konsumtif

No	Aspek	Indikator	Item		Jumlah
			Favorable	Unfavorable	
1	Pembelian Impulsif	1. Sikap seseorang berperilaku membeli	2,5	9,12	12
		2. Semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba	16,7	22,26	
		3. Tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya	17,1	10,13	
2	Pembelian Boros	1. Menghamburkan banyak dana	3,11	6,18	12
		2. Tanpa disadari	4,14	8,23	
		3. Memiliki dampak yang negative	20,27	30,32	

3	Pembelian Rasional	Tidak	1.	Melakukan pembelian untuk mencari kesenangan	15,19	24,34	12
			2.	Kesenangan yang dicari adalah kenyamanan fisik	21,29	31,35	
			3.	Memakai barang yang membuatnya terlihat bagus	25,28	33,36	
			Jumlah				

Tabel 2.
Blueprint Gaya Hidup Hedonisme

No	Aspek	Indikator	Item		Jumlah
			Favorable	Unfavorable	
1	Kegiatan (Activities)	1. Suka menghabiskan waktu dengan melakukan aktivitas di luar rumah.	5,7	10,12	8
		2. Lebih banyak bermain dengan temannya.	4,9	11,13	
2	Minat (Interest)	1. Melakukan tindakan untuk kesenangan hidup semata.	1,6	3,14	12
		2. Memperhatikan suatu objek untuk kesenangan hidup semata.	2,16	21,23	
		3. Memperhatikan suatu peristiwa untuk kesenangan hidup semata.	15,25	20,27	
3	Opini (Opinion)	1. Pendapat seseorang yang ditanggapi melalui lisan.	8,17	19,22	16
		2. Pendapat seseorang yang ditanggapi melalui tulisan.	26,30	33,36	
		3. Pendapat yang dikeluarkan apabila muncul suatu pertanyaan tentang isu-isu sosial.	28,31	34,35	
		4. Pendapat yang dikeluarkan apabila muncul suatu pertanyaan tentang produk yang digunakan.	18,24	29,32	

menjelaskan bahwa uji asumsi klasik adalah analisis yang digunakan untuk melihat apakah di dalam sebuah model regresi linear terdapat masalah-masalah asumsi klasik atau tidak. Uji asumsi klasik adalah analisis yang digunakan untuk menilai apakah dalam sebuah model regresi linear OLS (Ordinary Least Square) terdapat masalah asumsi klasik. Jadi Regresi OLS (Ordinary Least Square) mengasumsikan terdapatnya hubungan linier di antara kedua variabel yaitu x dan y .

Uji asumsi klasik mudah dipahami dan digunakan, hasilnya dapat diinterpretasikan dengan mudah. Analisis data ini dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang diperoleh memenuhi persyaratan ketepatan, tidak bias dan konsisten, serta analisis data ini juga digunakan untuk menentukan apakah data yang digunakan memenuhi asumsi yang diperlukan untuk melakukan analisis statistik. Uji asumsi klasik sebagai berikut :

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Uji normalitas data menggunakan bentuk uji Kolmogorov-Smirnov dengan bantuan spss. Nilai probabilitas (sig) $> 0,05$ menunjukkan

bahwa data terdistribusi secara teratur, sedangkan nilai probabilitas (sig) $0,05$ menunjukkan bahwa data tidak terdistribusi normal (Nanincova, 2019).

Uji normalitas dilakukan untuk menguji pada suatu model regresi, apakah pada variabel gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif mempunyai data distribusi normal atau tidak dengan cara mendeskripsikan data secara statistik. Uji normalitas memiliki sifat mudah digunakan, banyak tersedia dan daya tinggi. Setelah data dapat dipastikan terdistribusi normal, maka bisa dilakukan Uji Linearitas.

Uji Linearitas

Ghozali (2016) menyatakan bahwa uji linearitas digunakan untuk memeriksa apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau belum. Uji linearitas adalah sebuah metode yang penting untuk menentukan ketepatan model statistik, karena jika model statistik yang digunakan tidak linear, maka hasil dari model tersebut tidak dapat dipercaya.

Uji linearitas dilakukan untuk mengevaluasi apakah di dalam variabel gaya hidup hedonisme memiliki pengaruh yang lurus dengan perilaku konsumtif. Uji linearitas digunakan untuk mengetahui status linier tidaknya suatu distribusi nilai data hasil yang diperoleh.

Ghozali (2016) menjelaskan cara mendeteksi apakah model linear atau tidak, dapat dilakukan

dengan melihat nilai deviation from linearity, apabila nilai deviation from linearity $> 0,05$ maka hipotesis yang menyatakan bahwa model linear diterima. Jika nilai deviation from linearity $< 0,05$ maka hipotesis yang menyatakan bahwa model linear ditolak.

Bila nilai deviation from linearity $> 0,05$, maka model linear diterima, artinya gaya hidup hedonisme memiliki pengaruh yang lurus dengan perilaku konsumtif. Kemudian bisa dilanjutkan Uji Hipotesis.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui atau menguji kebenaran suatu pernyataan tentang populasi yaitu mengenai ada tidaknya pengaruh signifikan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Perilaku Konsumtif. Uji hipotesis menggunakan Analisis Regresi Linier Sederhana. Uji hipotesis ini membantu peneliti memilih model regresi yang tepat atau model yang terbaik.

Ghozali (2016) menjelaskan bahwa Uji hipotesis adalah alat statistik yang digunakan untuk menguji kebenaran suatu pernyataan tentang populasi. Uji hipotesis merupakan prosedur yang dilakukan dengan tujuan menentukan apakah hipotesis tersebut menerima atau menolak. Maka akan digunakan Rumus Analisis Regresi Linier Sederhana. Taraf signifikansi menggunakan Uji t. Uji t digunakan karena sangat cocok ketika hanya ada dua kelompok variabel yang dibandingkan. Uji t juga berfungsi untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan rata-rata atau nilai statistik yang diperkirakan, dengan nilai yang diperoleh dari hasil perhitungan statistika. Maka dari itu Uji t akan menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Menurut Ghozali (2016) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengambilan keputusan dalam uji ini didasarkan pada tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dasar pengambilan

keputusan uji t adalah jika: a. T hitung $> t$ tabel dan nilai signifikansi $< 0,05$ maka variabel bebas berpengaruh signifikan b. T hitung $< t$ tabel dan nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak berpengaruh secara signifikan.

Apabila T hitung $> t$ tabel dan nilai signifikansi $< 0,05$ maka variabel gaya hidup hedonisme memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku konsumtif. Artinya adalah semakin tinggi gaya hidup hedonisme, maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtif. Begitupun sebaliknya, apabila T hitung $< t$ tabel dan nilai signifikansi $> 0,05$, maka variabel gaya hidup hedonisme tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya adalah semakin tinggi gaya hidup hedonisme, maka tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil penelitian tentang pengaruh Gaya Hidup Hedonisme terhadap Perilaku Konsumtif diuji dengan menggunakan Analisis Regresi Linier Sederhana dengan tahapan sebagai berikut:

a) Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel 3.
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			222
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
Most Extreme Differences	Std. Deviation		.22926521
	Absolute Positive		.049
	Negative		.049
			-.033
Test Statistic			.049
Asymp. Sig. (2-tailed)			.200 ^{c,d}

Berdasarkan hasil perhitungan Uji Normalitas menggunakan bentuk Kolmogorov Smirnov, dari data diatas diketahui bahwa nilai signifikansi 0,200 $> 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Jadi model regresi suatu

Tabel 4.
Uji Linearitas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Gaya Hidup Hedonisme	Between Groups	(Combined)	3677.509	32	114.922	1.244	.187
		Linearity	325.256	1	325.256	3.520	.062
		Deviation from Linearity	3352.253	31	108.137	1.170	.258
	Within Groups		17461.878	189	92.391		
	Total		21139.387	221			

variabel independen dan variabel dependen keduanya mempunyai distribusi normal.

Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai masing-masing variabel Gaya Hidup Hedonisme dengan Perilaku Konsumtif memiliki data yang berdistribusi normal. Artinya bahwa data yang diperoleh memiliki bentuk kurva yang simetris dengan rata-rata median dan modus yang hampir sama. Sehingga ini memungkinkan data dapat digeneralisasi secara lebih luas. Kemudian karena Uji Normalitas telah terpenuhi, maka bisa dilakukan uji berikutnya.

2) Uji Linearitas

Variabel Gaya Hidup Hedonisme dalam penelitian ini berdasarkan hasil uji Linearitas (Tabel 4.), mempunyai hubungan yang linier pada variabel Perilaku Konsumtif. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai deviation from linearity Signifikansi variabel $0,258 > 0,05$, sehingga dikatakan linier. Jadi spesifikasi model yang digunakan sudah benar sehingga model statistik sudah tepat atau linier.

Dapat disimpulkan bahwa dari masing-masing variabel penelitian memiliki hubungan yang linier. Ini mengindikasikan bahwa perubahan pada variabel Gaya Hidup Hedonisme dapat menghasilkan perubahan proporsional pada variabel Perilaku Konsumtif. Uji Linearitas telah terpenuhi, berikutnya bisa dilanjutkan ke tahap uji berikutnya.

b) Uji Hipotesis

Tabel 5.

Uji t (Coefficients)

Model		Unstandardized Coeficients		Standardized Coeficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	28.887	6.164			4.686	.000
	Gaya Hidup Hedonisme	.200	.099	.135		2.010	.046

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana dan menggunakan uji t untuk melihat taraf signifikansi, dapat diketahui signifikansi variabel Gaya Hidup Hedonisme $0,046 < 0,05$ dan t hitung $2.010 > 1.971$. maka diketahui variabel Gaya Hidup Hedonisme berpengaruh signifikan secara positif terhadap Variabel Perilaku Konsumtif.

Maka bisa dijelaskan bahwa semakin tinggi Gaya Hidup Hedonisme, maka akan semakin tinggi pula Perilaku Konsumtif. Semakin rendah Gaya Hidup Hedonisme, maka akan semakin rendah pula Perilaku Konsumtif.

Tabel 6.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.368 ^a	.136	.132	3.870

Berdasarkan tabel 6. diketahui bahwa nilai koefisien determinasi 0,136. Nilai R Square 0,136 ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau "R", yaitu $0,368 \times 0,368 = 0,136$. Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) adalah 0,136 atau sama dengan 13,6 %. Angka tersebut menunjukkan bahwa Variabel Gaya Hidup Hedonisme (X) berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif (Y) sebesar 13,6%. Sedangkan sisanya sebanyak 86,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Pembahasan

Hasil penelitiann bahwa ada pengaruh yang signifikan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Dewasa Di Karangbesuki Malang. Dengan demikian, bahwa hipotesa yang diajukan dinyatakan diterima. Hal ini sesuai dengan pendapat Susanto (2013) bahwa gaya hidup menjadi salah satu hal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dimana gaya hidup menunjukkan kehidupan seseorang di lingkungan sekitarnya. Selain itu,

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Liana Sein Ritonga & Rosatyani Puspita Adiati, (2022) tentang Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Self-Esteem terhadap Perilaku Konsumtif pada Remaja di Surabaya, menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara Gaya Hidup Hedonisme terhadap Perilaku Konsumtif, Mengartikan bahwa semakin tinggi Gaya Hidup Hedonisme, maka akan semakin tinggi Perilaku Konsumtif ataupun sebaliknya. Kemudian sejalan juga dari Penelitian lain yang juga dilakukan oleh Ayu Nuro'im dan Muhammad Anasrulloh (2023) tentang Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Semester iv, vi dan viii Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2022/2023, menunjukkan bahwa hasil penelitian secara parsial variabel Gaya Hidup Hedonis memiliki pengaruh secara signifikan secara positif terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa program studi pendidikan ekonomi semester IV, VI, dan VIII. Kemudian memiliki kategori yang juga cukup tinggi sehingga H_a diterima dan H_o ditolak. sehingga semakin tinggi gaya hidup hedonis maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif.

Arah hubungan dari variabel gaya hidup

hedonisme terhadap perilaku konsumtif mendapati hasil yang positif. Artinya bahwa semakin tinggi gaya hidup hedonisme maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif. Begitu sebaliknya bahwa semakin rendah gaya hidup hedonisme maka akan semakin rendah perilaku konsumtif.

Sesuai dengan fenomena dilapangan bahwa masyarakat RW 3 Karangbesuki merasa senang membeli barang dengan cara berhutang, barang yang dibeli meliputi tv, kompor elektrik, motor dan kulkas. Masyarakat RW karangbesuki juga suka berekreasi bersama dengan keluarga. Kemudian mereka juga merasa menyesal dalam membeli barang dan merasa kesulitan dalam memenuhi kebutuhan karena berfokus pada keinginan sesaat. Mereka juga mengalami perasaan cemas dan kekawatiran untuk mencukupi kebutuhan di masa depan karena masih ada tanggungan.

Berdasarkan pendapat dari Jenny et al. (2021) Gaya hidup hedonis dapat diartikan sebagai sikap seseorang yang lebih menyukai menghabiskan waktu dengan melakukan aktivitas di luar rumah, gemar menghabiskan uang untuk membeli barang yang bukan menjadi kebutuhan pokok dan senang menjadi pusat perhatian. Kemudian menurut Nadzir dan Ingarianti (2015) mengungkapkan bahwa gaya hidup hedonis merupakan suatu pola hidup seseorang yang melakukan aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, menghabiskan waktunya di luar rumah untuk bersenang-senang dengan temannya, gemar membeli barang yang tidak dibutuhkan, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian di lingkungan sekitarnya.

Gaya Hidup Hedonisme memiliki sumbangan sebesar 13,6% pada perilaku konsumtif. Mengacu pada RW 3 Karangbesuki, mereka suka sekali berbagi pengalaman, gaya hidup pada masing-masing anggota masyarakat yang lain, sehingga memicu masyarakat yang lain untuk mengikuti gaya hidup yang serupa. Ini menyebabkan seseorang memiliki gaya hidup baru yang sesuai dengan nilai-nilai dimasyarakat, sehingga terjadi perubahan gaya hidup dimasyarakat dengan taraf yang cukup. Hal ini bisa jadi karena tidak semua warga RW 3 Karangbesuki memiliki gaya hidup hedonis.

Penemuan ini menunjukkan bahwa semakin rendah gaya hidup hedonisme, maka akan semakin rendah Perilaku Konsumtif. Dengan demikian penelitian ini menekankan bahwa teknik mengendalikan gaya hidup hedonis dapat efektif dalam menekan Perilaku Konsumtif. Berikutnya, hasil penelitian ini juga bisa dijadikan acuan bagi masyarakat Karangbesuki untuk dapat mengimplementasikan program pengelolaan gaya hidup hedonisme dan

berupaya untuk meningkatkan kesejahteraan mereka.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Sampel penelitian yaitu masyarakat Karangbesuki, gaya hidup hedonisme mereka dominan dipengaruhi oleh lingkungan sekitar tempat tinggal mereka, Sehingga gaya hidup hedonisme kemudian yang pada akhirnya mempengaruhi perilaku konsumtif. Hasil penelitian sebelumnya terkait dengan gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif, tidak mengidentifikasi masyarakat usia dewasa secara menyeluruh, sehingga tidak menampilkan bagaimana pengaruh gaya hidup hedonisme mempengaruhi perilaku konsumtif secara keseluruhan dari berbagai macam usia. Dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa dari berbagai macam kelompok usia dewasa, didapati bahwa gaya hidup hedonisme dapat mempengaruhi perilaku konsumtif.

Saran

Saran pada Kelurahan Karangbesuki, dengan menambah pengetahuan sebagai wawasan tentang pengaruh gaya hidup hedonisme untuk mencegah perilaku konsumtif. Bertambahnya wawasan diharapkan akan menambah kesadaran akan pentingnya pengendalian gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif, Saran terhadap masyarakat Karangbesuki adalah dengan mendorong masyarakat untuk mengadakan kegiatan program penyuluhan terkait cara mengelola pengeluaran keuangan rumah tangga. Pengelolaan keuangan diharapkan dapat menekan perilaku berlebihan di dalam pembelian barang. Jika penyuluhan sudah dilakukan, maka akan berdampak pada penggunaan solusi yang lebih efektif sehingga dapat diperoleh hasil yang maksimal di dalam menekan perilaku konsumtif. Peneliti selanjutnya diharapkan lebih berfokus kepada faktor lingkungan untuk mengkaji bagaimana pengaruh lingkungan terhadap perilaku konsumtif. Gaya hidup hedonisme juga dipengaruhi oleh lingkungan, jadi penting untuk mengkaji pengaruh lingkungan terhadap perilaku konsumtif secara langsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Atika, Afriyani, S., & Sahamony, N. F. . (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Gaya Hidup Hedonisme. *Jurnal Manajemen & Bisnis Digital*, 2(1), 89–102. <https://doi.org/10.54771/jmbd.v2i1.1091>
- Andreapuspa, S., & Muhdiyanto, M. (2022, June). The Influence of Financial Knowledge and Lifestyle of

- Hedonism on Financial Management Behavior Through Locus of control as A Moderation Variable. In *Prosiding University Research Colloquium* (pp. 458-467).
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(2), 148–156. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v1i2.3285>.
- Azwar, S. (2013). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Dana, T.P. (2020). Sampling Methods in Research Design. In *Headache* (Vol. 60, Issue 1, pp. 8–12). <https://doi.org/10.1111/head.13707>.
- Dharmmesta, B. S., & Hani, H. (2002). *Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen Edisi 2*. BPFE.
- Effendi, D. U. (2018). *Psikologi Konsumen*. In A. (ed.). Rajawali Pers. (Ed.), Yayasan Administrasi Indonesia (p. 316).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jennyaya, V., Pratiknjo, M. H., & Rumampuk, S. (2021). Gaya Hidup Hedonisme Di Kalangan Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Holistik*, 14(3), 1–16.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2021). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Deepublish (Erlangga).
- 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>.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda [*Canarium Indicum* L.]). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342.
- Nadzir, M., & Ingarianti, T. M. (2015). Psychological Meaning of Money dengan Gaya Hidup Hedonis Remaja di Kota Malang. In *Psychology Forum UMM* (Vol. 8, Issue 1998, pp. 528–596). <https://mpsi.umm.ac.id/files/file/582-596>
- Munandar, A. S. (2023). *Psikologi Industri & Organisasi Psikologi Industri & Organisasi*. UI Press.
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro. *AGORA*, 7(2), 1-5. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8734/7880>.
- Nitisusastro, M. (2012). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Alfabeta.
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Sampling techniques on a population study. *Int. J. Morphol*, 35(1), 227–232.
- Parmitasari, R. D. A., Alwi, Z., & S., S. (2018). Pengaruh Kecerdasan Spritual dan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(2), 147. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i2.5699>.
- Peter, J. P., & Jerry, O. (2015). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. MC Grawhill Company.
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(1), 103-110. DOI: 10.5281/zenodo.1410873.
- Purnomo, H., & Ichsanudin. (2021). Analisis Gaya Hedonis, Status Sosial, Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek (p. 235). <http://repository.unpkediri.ac.id/id/eprint/9511%0Ahttps://books.google.co.id/books/about?id=SMIqEAAA...>
- Ritonga, L. S., & Adiati, R. P. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Self-Esteem terhadap Perilaku Konsumtif pada Remaja di Surabaya. *Buletin Riset Psikologi Dan Kesehatan Mental (BRPKM)*, 2(1), 476–485. <https://doi.org/10.20473/brpkm.v2i1.34640>.
- Rizki Setiawan. (2021). Perubahan Sosial Masyarakat Terdampak Pembangunan Jalan Tol Serang-Panimbang : Pada Masyarakat Kampung Cinagasari Desa Pasirgantung Kecamatan Cikulur Kabupaten Lebak Banten. *Jurnal Pendidikan Sosiologi Antropologi* Vol. 3, Issue 2. <https://doi.org/10.20527/padaringan.v3i2.3402>.
- Sebayang, J., Yusuf, M., & Priyatama, A. N. (2011). Hubungan Antara Body Image dan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Siswi Kelas XI SMAN 7 Surakarta. *Jurnal Psikologi Wacana*, 3(6), 5–41.
- Sholeh, A. (2017). The Relationship among Hedonistic Lifestyle, Life Satisfaction, and Happiness on College Students. *International Journal of Social Science and Humanity*, 604–607. <https://doi.org/10.18178/ijssh.2017.v7.892>.
- Solatikun., Drajat, T.K., Argyo, D. (2015) Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Budaya Masyarakat Konsumsi. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 4(1), 60-74.
- Susanto, A. B. (n.d.). *Potret-Potret Gaya Hidup* (2nd ed.). Kencana Prenada Media.
- Susilawati, A. D., & Fr, D. A. (2018). Dampak Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Akses Situs on-Line Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di

- Universitas Pancasakti Tegal). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 1 (2). <https://doi.org/10.25273/capital.v1i2.2321>.
- Utami, W. C. (2006). *Manajemen Ritel, Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat
- Wahyudi. (2013). Tinjauan tentang perilaku konsumtif remaja mall samarinda berdasarkan life style (gaya hidup). *Sosiologi*, 1(4), 26–36.
- Wijaya, A. P. (2017). Pengaruh Hedonisme Dan Materialisme Terhadap Kecenderungan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 4(December 2015), 1–23.