

**HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PRODUK *FASHION* PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
WIDYA DHARMA KLATEN**

SKRIPSI



Disusun oleh:

**Viолeta Caroline Valentina
(2061100011)**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS EKONOMI & PSIKOLOGI
UNIVERSITAS WIDYA DHARMA KLATEN**

2024

**HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PRODUK *FASHION* PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
WIDYA DHARMA KLATEN**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Psikologi Universitas Widya Dharma**



Dibuat oleh :

**Viолeta Caroline Valentina
(2061100011)**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS EKONOMI & PSIKOLOGI
UNIVERSITAS WIDYA DHARMA KLATEN
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

**HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PRODUK *FASHION* PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
WIDYA DHARMA KLATEN**

Diajukan Oleh :

VIOLLETA CAROLINE VALENTINA

2061100011

Skripsi ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Penulisan Skripsi untuk mengikuti Sidang Skripsi Fakultas Ekonomi dan Psikologi Universitas Widya Dharma Klaten pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 19 Juni 2024

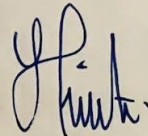
Pembimbing I



Hartanto, S.Psi., M.A

NIK. 690 313 334

Pembimbing II



Yulinda Erma Suryani, S.Pd., M.Si

NIK. 690 208 291

Mengetahui

Ketua Program Studi Psikologi



Hartanto, S.Psi., M.A.

NIK. 690 313 334

HALAMAN PENGESAHAN
HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP HEDONISME DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PRODUK *FASHION* PADA MAHAISWA UNIVERSITAS WIDYA
DHARMA KLATEN

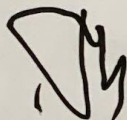
Diajukan Oleh:

VIOLLETA CAROLINE VALENTINA

2061100011

Skripsi ini telah dipertahankan dewan penguji pada hari Kamis Tanggal 11 Tahun 2024
dengan susunan Dewan Penguji

Ketua



Dr. Arif Julianto Sri N., S.E., M.Si.

NIK. 690 301 250

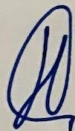
Sekretaris



Winarno Heru Murjito, S.Psi., M.Psi., Psikolog

NIK. 690 811 318

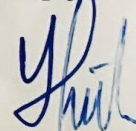
Penguji I



Hartanto, S.Psi., M.A.

NIK. 690 313 334

Penguji II



Yulinda Erma Suryani, S.Pd., M.Si

NIK. 690 208 291

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Psikologi



Dr. Arif Julianto Sri Nugroho, S.E., M.Si

NIK. 690 301 250

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Violeta Caroline Valentina

NIM : 2061100011

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PRODUK *FASHION* PADA MAHASISWA UNIVERSITAS WIDYA DHARMA KLATEN** adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi akademik dan bertanggung jawab sepenuhnya.

Klaten, 10 Juni 2024

Yang menyatakan,



Violeta Caroline Valentina

NIM. 2061100011

MOTTO HIDUP

“Direndahkan dimata manusia, ditinggikan dimata Tuhan, Prove Them Wrong”

“Gona fight and don't stop, until you are proud”

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu, lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi gelombang-gelombang itu yang nanti akan bisa kau ceritakan”

-Boy Candra-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkatnya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi penulis persembahkan untuk :

1. Mama Tina. Terima kasih penulis sampaikan kepada beliau atas dukungan, semangat dan doa yang diberikan selama ini. Terima kasih atas nasihat yang diberikan meski pikiran kita tak sejalan. Mama menjadi pengingat dan penguat yang hebat. Terima kasih Ma.
2. Pakde terhebat Clemens Aji Wijaya. Beliau dapat mendidik, mendoakan dan memberi dukungan spirit maupun materi serta memotivasi tiada henti kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikannya sampai sarjana. Kelak penulis bisa membalas jasa-jasa beliau.
3. Kepada Erga Putra sebagai patner spesial saya terima kasih, berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, terima kasih telah menjadi sosok pendamping dalam segala hal dan terus memberi semangat untuk meraih apa yang menjadi impian penulis.
4. Kepada Flory cia dan Michelle terima kasih telah menjadi adik yang terus memberi semangat dan dukungan walau lewat celotehannya, tapi penulis percaya itu adalah bentuk dukungan dan motivasi.
5. Terima kasih untuk keluarga besar yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang sudah memberi dukungan baik secara moril maupun material.

6. Terima kasih untuk Via, Citos, Mb Tika selaku teman dan sahabat dikelas. Terima kasih karna mau mendengarkan curhatan dan tangisan semasa skripsian, dan mau di minta bantuannya kalian luar biasa.
7. Terima kasih juga untuk teman-teman Psikologi angkatan 2020 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama di bangku kuliah, *see you on top, guys*.
8. Terakhir untuk diri sendiri, **Viолeta Caroline Valentina**. Terima kasih sudah menepikan ego dan memilih untuk bangkit dan menyelesaikan semua ini. Terima kasih telah mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar keadaan dan tak pernah mau memutuskan untuk menyerah, kamu hebat, Vio.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas segala rahmat dan karunia yang telah diberikan oleh Tuhan yang Maha Esa. Karena pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi sebagian persyaratan guna mendapat gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Psikologi Fakultas Ekonomi dan Psikologi Universitas Widya Dharma Klaten, dengan judul **“HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PRODUK FASHION PADA MAHASISWA UNIVERSITAS WIDYA DHARMA KLATEN”**

Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa ada bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada pihak yang telah membantu terutama kepada :

1. Bapak Prof. H Triyono, M.Pd., selaku Rektor Universitas Widya Dharma Klaten.
2. Bapak Dr. H. Arif Julianto Sri Nugroho, S.E.,M.Si sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Psikologi Universitas Widya Dharma Klaten.
3. Bapak Hartanto, S.Psi.,M.A selaku ketua Program Studi Psikologi Fakultas Ekonomi dan Psikologi Universitas Widya Dharma Klaten.

4. Bapak Hartanto, S.Psi.,M.A sebagai pembimbing I yang telah memberikan sebagian bantuannya yang berupa sumbangan pikiran dan pengarahan hingga terselesaikan skripsi ini.
5. Ibu Yulinda Erma Suryani, S.Pd., M.Si sebagai pembimbing II yang telah membimbing skripsi ini hingga selesai sempurna.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Psikologi Universitas Widya Dharma Klaten, terimakasih atas materi-materi perkuliahan dan pengalaman yang telah diberikan.
7. Untuk Mama Tina, Ibu Parno, Tante Kiki, Om Bambang, Pakde Helmi terima kasih untuk doa dan motivasinya selama ini.
8. Untuk Pakde Clemens Aji Wijaya yang telah membiayai pendidikan penulis dan selalu memberikan dukungan serta motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan S1 Psikologi.
9. Untuk adik-adiku Flory dan Michelle terima kasih untuk dukungan yang diberikan.
10. Untuk Erga Putra terimakasih sudah selalu ada, sabar ngadepin berbagai situasi mood dan memberikan dukungan positif selama ini dan mau direpotin sewaktu skripsian.
11. Terima kasih juga untuk teman-teman yang selalu ada dan kompak bersama-sama berjuang saling menguatkan satu sama lain sampai dititik ini dan terima kasih sekali mau direpotkan ya Via, Citos, Mb Tika, *thanks guys.*

12. Dan untuk teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu-persatu. Terima kasih untuk dukungan dan kontribusinya sehingga penulis bisa menyelesaikan
13. Rekan angkatan 2020 yang sudah berjuang bersama. Terima kasih untuk waktu dan kisahnya selama ini semoga tetap terjalin silaturahmi kedepannya.

ABSTRAK

Viолeta Caroline Valentina, 2061100011, Judul Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Produk *Fashion* Pada Mahasiswa Universitas Widya Dharma Klaten.

Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Psikologi Universitas Widya Dharma Klaten

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara Gaya Hidup hedonis dengan Perilaku Konsumtif Produk *Fashion* pada Mahasiswa Universitas Widya Dharma Klaten. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang berusia 18-25 tahun dengan sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode kuisisioner yang disebar melalui aplikasi pesan WhatsApp dan Instagram dalam format Google Form. Hasil penelitian antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif terdapat hubungan positif dan signifikan, hal ini dibuktikan dengan analisis data diperoleh nilai $r = .683$ dan signifikansi $p = 0,000$ ($P < 0,05$). hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara Gaya hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Produk *Fashion*.

Kata Kunci : *Gaya Hidup Hedonis, Perilaku Konsumtif*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
MOTTO HIDUP	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II	9
2.1 Perilaku Konsumtif	9
2.2 Faktor -faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	10
2.2.1 Faktor Kebudayaan	10
2.2.2 Faktor Sosial	11
2.2.3 Faktor Pribadi	11
2.2.4 Faktor Psikologis	12
2.3 . Aspek aspek Perilaku Konsumtif	12
2.4 Gaya Hidup Hedonisme	15

2.5 Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup Hedonisme	15
2.6 Aspek Aspek Gaya Hidup Hedonisme.....	17
2.7 Macam Macam Gaya Hidup Hedonis.....	18
2.8 Karakteristik Gaya Hidup Hedonis.....	19
2.9 Mahasiswa.....	19
2.10 Definisi Remaja.....	21
2.11 Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif Produk Fashion Pada Mahasiswa	22
2.12 Kerangka Konseptual	23
2.13 Hipotesis	24
BAB III	25
3.1 Identifikasi Variabel	25
3.2 Definisi Operasional.....	25
3.3 Subjek Penelitian.....	26
3.3.1 Populasi.....	26
3.3.2 Sample.....	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data	27
3.5 Uji Validitas Dan Reliabilitas	31
3.5.1 Validitas Pengumpulan Data.....	31
3.5.2 Reabilitas Pengumpulan Data.....	31
3.6 Analisis Data	31
BAB IV	33
4.1 Pelaksanaan Penelitian	33

4.2 Gambaran Responden Penelitian.....	33
4.3 Uji Instrumen Data.....	34
4.4 Hasil Uji Validasi	34
4.4.1 Hasil Uji Validitas Hedonis	34
4.4.2 Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif.....	34
4.5 Uji Reliabilitas	35
4.6 Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	36
4.7 Analisis Data	38
4.7.1 Uji Normalitas	38
4.7.2 Uji Linieritas	39
4.7.3 Uji Hipotesis.....	39
4.8 Pembahasan.....	40
BAB V	42
5.1 Kesimpulan	42
5.2 Saran	42
DAFTAR PUSTAKA.....	43

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Blue Print Tabel Skala Gaya Hidup Hedonis.....	28
Tabel 2. Blue Print Tabel Skala Perilaku Konsumtif.....	29
Tabel 3.Karakteristik Responden	33
Tabel 4.Hasil Uji Reliabilitas	35
Tabel 5.Kategori Responden Variabel Hedonis.....	36
Tabel 6.Kategori Responden Variabel Perilaku Konsumtif	37
Tabel 7.Hasil Uji Normalitas	38
Tabel 8. Hasil Uji Linieritas.....	39
Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis	39

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Skala Gaya Hidup Hedonis.....	46
LAMPIRAN 2. Skala Perilaku Konsumtif.....	48
LAMPIRAN 3. Surat Keterangan Expert Judgement Skala Penelitian	50
LAMPIRAN 4. Surat Keterangan Expert Judgement Skala Penelitian	51
LAMPIRAN 5. Bukti Keterangan Expert Judgement	52
LAMPIRAN 6. Hasil Analisis Validitas Aiken's V Skala Gaya Hidup Hedonis	53
LAMPIRAN 7. Hasil Analisis Validitas Aiken's V Skala Perilaku Konsumtif	55
LAMPIRAN 8. Data Responden Gaya Hidup Hedonis.....	57
LAMPIRAN 9. Data Responden Perilaku Konsumtif.....	61
LAMPIRAN 10. Hasil Uji Reliabilitas.....	64
LAMPIRAN 11. Identifikasi Responden Penelitian	65
LAMPIRAN 12. Deskripsi Data Hasil Penelitian	66
LAMPIRAN 13. Hasil Uji Normalitas.....	70
LAMPIRAN 14. Hasil Uji Linearitas	71
LAMPIRAN 15. Hasil Uji Hipotesis	72
LAMPIRAN 16. Bukti Penyebaran Kuesioner	73

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Banyak orang, termasuk mahasiswa, dipengaruhi oleh kemajuan teknologi saat ini, yang menghasilkan globalisasi mode dan informasi serta penyebaran media massa elektronik seperti ponsel, internet, televisi, dan alat komunikasi lainnya. Akibatnya, sikap mahasiswa dan tata cara sosial berubah.

Dari Arnett (2015), masa dewasa awal dimulai antara usia 18-25 tahun, periode di mana mahasiswa acapkali menghadapi poly perubahan dan tantangan pada diri dan membuat keterampilan yg realistis. Hal ini disebabkan sang ketidakseimbangan antara kematangan fisik dan perkembangan psikososial (Hurlock, 2009). sementara itu, Havighurst (Hurlock, 2020) menyatakan bahwa tujuan perkembangan remaja artinya buat berbagi potensi individu guna meraih kesuksesan ekonomi, memakai mendorong remaja buat belajar serta mencapai kemampuan dalam mempertahankan diri secara ekonomi.

peserta didik seringkali dicermati menjadi orang yang bijaksana, berpikiran matang, serta mempunyai penampilan yang menarik, terawat, serta sopan. Pandangan ini mengarahkan siswa untuk berusaha tampil lebih menarik (Purnomo, 2011). peserta didik yg ingin dikenal sang lingkungannya cenderung menyesuaikan diri dengan contohnya merupakan sikap konsumen artinya model perilaku rakyat yg cenderung mengonsumsi

barang atau jasa tanpa batas waktu, meskipun tidak diperlukan, hanya sebab harapan tanpa pertimbangan rasional (Wastuti dan Pangaribun, 2019).

Dari Astuti (2013) zaman kini terdapat poly sesuatu yg mampu mempermudah seseorang buat berbelanja, misalnya mirip teknologi internet yg seringkali timbul, yg memberikan laba yang signifikan pada proses perdagangan. Ini dilakukan melalui berbagai toko online yg simpel diakses. Teknologi telah meningkatkan kualitas hidup semua orang, termasuk remaja. Remaja yang memiliki gaya hidup yang tinggi cenderung menghabiskan uang mereka untuk hal-hal yang tidak penting tanpa mempertimbangkan manfaatnya, sehingga mereka mungkin menjadi lebih konsumtif di kemudian hari.

Perilaku konsumtif ialah kesamaan untuk mencapai kepuasan langsung, orang cenderung membeli sesuatu yg sebenarnya tidak dibutuhkan, yg dikenal sebagai sikap konsumtif (Kompas, 2014). seringkali, aktivitas belanja sehari-hari dilakukan tanpa pertimbangan seacara matang. saat ini, belanja menjadi bentuk konsumsi telah mengalami perubahan fungsi. Remaja cenderung memberikan sikap konsumtif sebab terus mengikuti tren mode yg terus berubah, Akibatnya, mereka tidak pernah puas dengan apa yang mereka miliki. Orang-orang yang memiliki tingkat konsumsi dan kelas sosial yang tinggi mungkin akan membeli barang-barang mewah untuk menunjukkan status sosial mereka. Remaja yang belum bekerja dan bergantung pada uang orang tua mereka akan memakai dana tersebut buat memenuhi asa mereka. Bila mereka asal dari

keluarga menggunakan status ekonomi tinggi, memenuhi kebutuhan tidaklah sulit. namun, bagi mereka yg dari asal keluarga menggunakan status ekonomi menengah atau rendah, mengendalikan asa konsumtif menjadi lebih sulit, sehingga mereka mungkin mengeluarkan uang saku secara tidak bijaksana atau melakukan tindakan negatif lainnya. Jika perilaku konsumtif terus berlanjut tanpa pertimbangan yang matang, bisa menyebabkan pemborosan, pada mana individu yang mempunyai keluarga wajib memprioritaskan kebutuhan keluarga dan rumah tangga mereka terlebih dahulu (Astuti, 2013).

Menurut Sumartono (2016), indikator perilaku konsumtif pada individu meliputi: membeli barang untuk mendapatkan hadiah, tertarik pada kemasan yang menarik, membeli untuk menjaga penampilan dan gengsi, lebih memperhatikan harga daripada manfaat atau kegunaan barang, membeli sebagai simbol status, mengikuti tren atau model yang mempromosikan barang, serta merasa bahwa membeli barang mahal dapat meningkatkan rasa percaya diri. Pernyataan ini konsisten dengan pandangan yang ada.

Anggreini & Mariyanti (2014) Perilaku konsumtif biasanya ditunjukkan dengan membeli sesuatu tanpa mempertimbangkan kepentingannya. Contoh perilaku ini termasuk membeli sesuatu hanya karena merek, tidak sesuai dengan kebutuhan, untuk mempertahankan penampilan atau gengsi, membeli karena diskon atau bonus, dan membeli sesuatu karena bentuk atau warna yang menarik.

Perilaku konsumtif adalah fenomena yang banyak terjadi, terutama di kalangan masyarakat perkotaan. Saat ini, muncul fenomena di kalangan mahasiswa yang ingin memperbarui penampilan mereka dengan gaya yang lebih *fashionable*. Gaya *fashion* yang digunakan, khususnya oleh mahasiswa, dianggap sebagai identitas dan simbol kepercayaan diri di era modern ini. Setiap individu, terutama mahasiswa, ingin tampil *up-to-date*, elegan, dan menarik. Banyak mahasiswa yang percaya bahwa penampilan yang menarik adalah simbol kepercayaan diri. Oleh karena itu, banyak dari mereka yang rela mengeluarkan anggaran yang cukup besar untuk tampil *fashionable*. Mahasiswa sering memilih produk *fashion* terbaru atau yang sedang *tren*, seperti gaya *Outfit Of The Day* (OOTD). Fenomena ini menyebabkan munculnya berbagai macam gaya *fashion*.

Fashion berasal dari istilah Latin "*factio*," yg berarti "melakukan." istilah ini diadopsi ke dalam bahasa Inggris menjadi "*fashion*," yang bisa diartikan menjadi gaya *populer* pada suatu budaya yg digunakan untuk menunjang penampilan seorang. *Fashion* juga mencerminkan gaya hidup individu melalui pakaian, sepatu, tas, aksesoris, penataan rambut atau gaya rambut, serta riasan yang digunakan. Berbeda menggunakan tren *fashion* yang dapat berubah-ubah, gaya *fashion* tak jarang dipergunakan untuk menonjolkan ciri spesial seorang serta diterapkan secara konsisten seiring waktu.

Mahasiswa seringkali tidak memedulikan harga produk *fashion* yang mereka beli, tetap memilih untuk membelinya demi penampilan yang

lebih menarik dan meningkatkan rasa percaya diri. Perilaku ini berkontribusi pada munculnya sifat konsumtif. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kecenderungan perilaku konsumtif, termasuk faktor internal dan eksternal (Engel, Blackwell & Miniard, 2005; Kotler, 2006). Salah satu faktor internal adalah gaya hidup. Menurut Triyaningsih (2011), banyak orang berperilaku konsumtif karena ingin mengikuti tren. Gaya hidup mencerminkan karakteristik individu yang terbentuk melalui interaksi sosial serta meliputi cara seorang menjalani hidup, termasuk minat, aktivitas, sikap, konsumsi, harapan, serta hal-hal yg disukai dan tidak disukai.

Gaya hidup ialah faktor yang dapat mendorong dan mempengaruhi kebutuhan serta perilaku seseorang, termasuk kegiatan pembelian serta penggunaan produk dipengaruhi oleh gaya hidup, yang menjadi aspek penting pada proses pengambilan keputusan pembelian. Gaya hidup sering dikaitkan menggunakan kelas sosial serta gambaran ekonomi seorang, yang tercermin pada pilihan selera dan citra yang beragam. Merek tidak hanya sekadar nama, tetapi pula melibatkan sifat, arti, makna, serta esensi produk tersebut. Seiring perkembangan, merek berfungsi menjadi simbol serta penanda status produk (Anggraini, 2012).

Menurut Kotler (2002), gaya hidup artinya pola hidup seorang yang diekspresikan melalui aktivitas, minat, serta opini. Ini berarti gaya hidup seseorang mampu ditinjau dari aktivitas sehari-hari yang mereka lakukan, pandangan mereka terhadap hal-hal pada sekitar, dan sejauh mana mereka peduli terhadap hal tersebut dan pandangan mereka perihal diri sendiri dan

global luar. Setiap individu memiliki gaya hidup yang unik, yang pada gilirannya mempengaruhi budaya konsumsi mereka. Para pemasar dapat memanfaatkan segmentasi gaya hidup untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pemasaran mereka, yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan produk. Akibatnya, mahasiswa sering kali melakukan berbagai cara untuk memenuhi hasrat konsumtif mereka.

Menurut Dwi (2014), Gaya hidup adalah pola hidup yang mencerminkan pilihan seseorang dalam banyak hal, serta cara mereka menghabiskan uang dan saat. Untuk sementara waktu.

Menurut Giddens (2017), gaya hidup adalah konsep refleksi yang muncul saat seseorang menjawab pertanyaan seperti “Bagaimana saya hidup?” atau “Siapa saya?” Hal ini terkait dengan keputusan sehari-hari mengenai perilaku, pakaian, makanan, dan lainnya, dalam konteks tatanan post-tradisional. Dengan kata lain, gaya hidup merupakan refleksi dari pola konsumsi individu dan cara mereka menghabiskan uang serta waktu.

Fenomena saat ini menunjukkan bahwa mahasiswa sering membeli produk *fashion*, terkadang tanpa benar-benar membutuhkannya, hanya untuk memenuhi keinginan pribadi. Berdasarkan pengamatan di Kampus Universitas Widya Dharma Klaten, banyak mahasiswa yang mempunyai gaya *fashion* yang, mulai dari pakaian, sepatu, tas, hingga aksesoris menggunakan aneka macam merek. Oleh karena itu, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul: “Hubungan Gaya Hidup Hedonis

Dengan Perilaku Konsumtif Produk *Fashion* Pada Mahasiswa Universitas Widya Dharma Klaten”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang, penulis mengidentifikasi hal berikut : Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Produk *Fashion* Pada Mahasiswa Universitas Widya Dharma Klaten.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut : bagaimana **“Hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif produk fashion pada mahasiswa Universitas Widya Dharma Klaten”**.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi apakah terdapat hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dan Perilaku Konsumtif Produk Fashion pada Mahasiswa Universitas Widya Dharma Klaten.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Pada penelitian ini, diharapkan dapat memberikan pembaca menjadi kajian ilmiah yg mampu menjadi acuan pada pengembangan studi di bidang psikologi industri serta organisasi tentang hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif produk *fashion* pada mahasiswa Universitas Widya Dharma Klaten.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman kita tentang fenomena gaya hidup hedonis dan bagaimana mahasiswa Universitas Widya Dharma Klaten mengonsumsi produk fashion.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Ada hubungan positif yang sangat signifikan antara Gaya Hidup Hedonis dan Perilaku Konsumtif Produk Fashion, seperti yang ditunjukkan oleh nilai korelasi $r = 0,683$ dengan taraf signifikan $0,000$ ($p < 0,05$). Dengan kata lain, mahasiswa yang memiliki Gaya Hidup Hedonis yang lebih tinggi memiliki perilaku konsumtif produk fashion yang lebih rendah, dan mahasiswa yang memiliki Gaya Hidup Hedonis yang lebih rendah memiliki perilaku konsumtif produk fashion yang lebih rendah. Hipotesis penelitian ini diterima.

5.2 Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti kepada peserta penelitian yang melakukan penelitian dengan variabel yang serupa adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa harus mampu mengendalikan gaya hidup mereka supaya mereka tidak terjerumus ke dalam sikap konsumtif.
2. Mahasiswa harus mampu mengendalikan diri mereka untuk menghindari dampak negatif dari sikap konsumtif terhadap produk fashion, seperti pemborosan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arnett, J. J. (2015). *Emerging adulthood: The winding road from the late teens through the twenties* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Latifah, L., Zwagery, R. V., Safithry, E. A., & Ngalimun, N. (2023). Konsep dasar pengembangan kreativitas anak dan remaja serta pengukurannya dalam psikologi perkembangan. *EduCurio: Education Curiosity*, 1(2), 426-439.
- Lorenza, R. Y., & Lestari, S. (2023). Kontrol Diri Dan Konformitas Sebagai Prediktor Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Berbelanja Di E-Commerce. *Psycho Idea*, 21(1), 1-12.
- Astuti, Endang Dwi. Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda. *eJournal Psikologi*. Vol. I. No. II, hal : 148-156. 2013
- Azizah, G. N. (2023). *Pengaruh Pemahaman Literasi Ekonomi Terhadap Tingkat Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pasundan (Survei Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pasundan)* (Doctoral dissertation, FKIP UNPAS).
- Sumartono. (2016). Indikator Perilaku Konsumtif. *Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif*.
- Anggreini, R. & Mariyanti, S. 2014. Hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*, 12(1), 34-42.
- Engel, J. F. Balckwel, R. D. & Miniard, P. W. (1995). *Perilaku Konsumen Edisi keenam Jilid II*. Alih Bahasa: F. X. Budiyanto, Jakarta: Bina Seni Rupa Aksara
- Patricia, N. L., & Handayani, S. (2014). Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada pramugari maskapai penerbangan "X". *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 12(01), 127078.
- Anggasari, Rina E. Hubungan Tingkat Religiusitas dengan Perilaku Konsumtif. *Jurnal Psikologika* No. 4, 1997
- Lestari, D., Ilato, R., Hafid, R., Mahmud, M., & Alwi, N. M. (2023). Pengaruh Kecakapan Hidup (life skill) Dan Gaya Hidup (life style) Terhadap Pola Hidup Konsumtif Mahasiswa. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis*, 16(1), 1-15.
- Nasruddin, N., & Bado, B. (2022). Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumtif. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 5(1), 78-83.

- Patricia, N. L., & Handayani, S. (2014). Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada pramugari maskapai penerbangan “X”. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 12(01), 127078.
- Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2018). Hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi. *Al-Qalb: Jurnal Psikologi Islam*, 9(2), 130-139.
- Thamrin, H. T., & Saleh, A. A. (2021). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 11(01), 1-12.
- Pratiwi, R. I. (2019). *Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Produk Skincare Pada Mahasiswi Universitas Medan Area Fakultas Psikologi* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).