

PENGARUH GAYA HIDUP DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF

Muhamad Nur Fani Abdullah¹, Imam Sukwatus Suja'i²

^{1,2}Universitas Bhinneka PGRI, Tulungagung

¹Faniabdullah72@gmail.com, ²doktorsujai@gmail.com

<https://doi.org/10.55933/jpd.v8i2.402>.

ABSTRAK

Gaya hidup mahasiswa saat ini yang cenderung konsumtif seperti lebih mementingkan gaya hidupnya dibandingkan kebutuhan penunjang perkuliahnya, contohnya mahasiswa lebih memilih membeli barang yang lagi trend di sosial media seperti membeli makanan ataupun minuman di cafe shop yang sedang hits dengan harga mahal, produk kecantikan terbaru, dan aksesoris motor dari pada uang miliknya dibuat untuk kebutuhan perkuliahan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi pendidikan ekonomi Universitas Bhinneka PGRI. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *cluster random sampling*. Instrumen yang digunakan adalah kuisioner atau angket. Berdasarkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $10,583 > 1,991$ dan nilai signifikansi yaitu sebesar $0,000 < 0,05$, Sedangkan media sosial memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,751 > 1,991$) dan nilai signifikansi yaitu sebesar $0,000 < 0,05$. Secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup dan media sosial terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI dengan nilai F_{hitung} ($165,972$) $> F_{tabel}$ ($3,11$) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: *Gaya Hidup, Medsos, Perilaku Konsumtif*

ABSTRACT

The current lifestyle of students who tend to be consumptive, such as being more concerned with their lifestyle than the needs of supporting their lectures, for example, students prefer to buy items that are trending on social media such as buying food or drinks at cafe shops that are popular at high prices, the latest beauty products, and motorcycle accessories instead of his money made for college needs. The purpose of this study was to determine the effect of lifestyle and social media on the consumptive behavior of students in the economic education study program at the University of Bhineka PGRI. The method used in this research is quantitative. Sampling in this study used cluster random sampling. The instruments used are questionnaires and documentation. Based on the value of $t_{count} < t_{table}$ that is equal to $0.066 < 1.9915$ and the value of $sig. t > alpha$ that is equal to $0.948 > 0.05$. Partially there is a significant and significant influence between social media on the consumptive behavior of students of the economic education study program at the University of Bhinneka PGRI. Based on the value of $t_{count} > t_{table}$ ($7.443 > 1.9915$) and the value of $sig. t < alpha$ that is equal to $0.000 < 0.05$. Simultaneously there is a positive and significant influence between lifestyle and social media on the consumptive behavior of students of the Economic Education Study Program at the University of Bhinneka PGRI with a value of F_{count} (27.719) $> F_{table}$ (3.96) and the level of significance $0.000 < 0.05$.

Keywords: *Lifestyle, Social Media, Consumptive Behavior*

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman dari hari ke hari yang mengalami pertumbuhan, masa yang semakin modern membuat perubahan pada cara manusia melakukan kegiatan untuk berkonsumsi. Konsumsi bukan hanya kegiatan untuk memenuhi kebutuhan seperti makan dan minum saja, melainkan kegiatan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan yang dilakukan oleh konsumen untuk mencapai tujuannya mendapatkan manfaat dari penggunaan suatu produk barang atau jasa. Pada zaman sekarang ini gaya hidup merupakan kebutuhan sekunder setelah suatu kebutuhan dasar terpenuhi, dalam hal ini kebutuhan sekunder berupa gaya hidup adalah segala sesuatu yang menunjang suatu kebutuhan sebagai kebutuhan tambahan atau pelengkap. Gaya hidup adalah dasar dari perilaku manusia. Gaya hidup adalah cara hidup yang berhubungan dengan pengambilan keputusan. Suatu cara hidup diwujudkan dengan perilaku sekelompok orang atau masyarakat yang menganut nilai dan cara hidup yang hampir

sama. Gaya hidup seseorang berkaitan dengan perilaku konsumsi, terutama ketika memutuskan untuk membeli produk yang sesuai dengan nilai-nilai tradisional yang dibentuk oleh suatu masyarakat. (Risnawati, Mintarti, & Ardoyo, 2018).

Gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana seseorang membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu. Gaya hidup dapat mencerminkan pola konsumtif yang menggambarkan pilihan seseorang untuk bagaimana ia mempergunakan waktu dan uangnya (Azizah, 2020). Gaya hidup tidak benar-benar dibutuhkan seseorang, namun hanya sekedar tidak mau kalah dengan yang lain sehingga berlomba-lomba mengikuti trend (Thamrin, 2021). Gaya hidup mahasiswa saat ini yang cenderung konsumtif seperti lebih mementingkan gaya hidupnya dari pada kebutuhan untuk menunjang kegiatan perkuliahannya, contohnya seorang mahasiswa lebih memilih uangnya untuk dibelikan suatu barang yang lagi trend di sosial media saat ini seperti membeli makanan ataupun minuman di *cafe shop* yang sedang *hits* dengan harga mahal, produk kecantikan terbaru, aksesoris pakaian, aksesoris motor, aksesoris laptop ataupun *smartphone*, dan *top up voucher game online* dari pada uang miliknya di buat untuk kebutuhan perkuliahan. (Kuswanti, 2019) menyatakan bahwa “adanya perilaku boros disebabkan oleh dua unsur, khususnya variabel luar dan dalam. Variabel luar yang sangat kuat dalam perilaku konsumtif adalah budaya, kelas sosial, pertemuan referensi, dan keluarga, sedangkan komponen dalam yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah inspirasi, proses pembelajaran, karakter, ide diri, dan gaya hidup.

Peristiwa tersebut juga dapat dijumpai di lingkup mahasiswa Universitas Bhineka PGRI khususnya pada mahasiswa prodi pendidikan ekonomi, dapat dilihat dari cara berpenampilan dan berpakaian yang mereka kenakan, mereka terlihat begitu memahami apa yang menjadi *trend* atau *mode* pada saat ini. *Trend* gaya hidup mahasiswa berikutnya juga sering di jumpai pada tempat nongkrong mereka seperti di *cafe-cafe* dengan makanan ataupun minuman yang terkesan memiliki harga mahal dan tempat yang terlihat mewah hanya sekedar untuk mengobrol bersama atau berswa foto. Mengikuti *trend* bagi sebagian orang bisa di anggap positif, namun jika terlalu berlebihan juga akan menjadi hal yang negatif dan yang menjadi masalah oleh sebagian mahasiswa sumber pendapatan mereka didapatkan dari pemberian orang tua sebagai uang saku kuliah, terlebih masalah yang lebih besar bisa terjadi ketika seorang mahasiswa melakukan segala macam cara apalagi sampai menggunakan cara yang tidak sehat untuk mendukung gaya hidupnya yang cenderung konsumtif misalnya seperti menggunakan uang SPP. Mahasiswa harus disadarkan agar jangan hidup saja, tetapi harus giat menabung, dan jangan bergantung pada orang lain. Bila berbicara tentang perilaku konsumtif, maka tidak lepas dari masalah proses kebutuhan pembelian (Sari, 2019).

Konsumen di dunia saat ini semakin mengandalkan Internet untuk memperoleh informasi tentang berbagai produk makanan, minuman, pakaian dan lain sebagainya untuk membandingkan berbagai pilihan pembelian, dan untuk memaksimalkan pengetahuan mereka sebelum membuat keputusan penting tentang pembelian produk yang di inginkan. Menurut (Mustomi & Puspasari, 2020) Pengguna media sosial juga dianggap sebagai pembeli potensial, sehingga industri makanan sudah mulai memasarkan makanan secara online. Pemasaran di dunia digital bukan lah hal yang baru, tapi setiap saat selalui mengalami perkembangan. Media sosial seperti Facebook, instagram dan YouTube merupakan platform

dinamis yang memfasilitasi pemasaran online. Menjalinkan hubungan baik dengan memberikan informasi baru ke pelanggan mengenai produk ataupun layanan baru menjadi salah satu ciri khas pemasaran melalui media sosial saat ini.

Remaja pada zaman sekarang dihadapkan pada banyaknya macam produk yang ditawarkan melalui media. Studi menunjukkan, pelajar yang menghabiskan waktunya untuk mengakses internet akan berdampak pada lebih sedikit waktu belajar yang dihasilkan. Para mahasiswa menghabiskan waktu setiap hari menggunakan internet dengan gadget yang dimiliki, individu akan kehilangan waktu efektif dalam urusan akademik, minimal satu jam seminggu. Waktu yang dihabiskan mahasiswa untuk menggunakan internet bervariasi, mulai dari beberapa menit hingga lebih dari 1 jam. Dampak dari hal tersebut ialah nilai akademis mahasiswa menurun sangat drastis (Mustomi & Puspasari, 2020). Terlebih lagi pada zaman moderen seperti sekarang konsumen semakin di mudahkan untuk membeli suatu produk yang di inginkan dengan hanya menggunakan smartphone dan bisa melalui aplikasi-aplikasi online marketplace seperti shopee, lazada, tokopedia, bukalapak, blibli ataupun zalora .bahkan media sosial seperti facebook, instagram, maupun tik-tok sekarang ini sudah memfasilitasi aplikasinya dengan menggunakan online marketplace dimana pengguna atau calon konsumen semakin mudah untuk melakukan jual beli terhadap produk yang diinginkan.

Indikator perilaku konsumtif dalam penelitian ini mengkombinasikan beberapa indikator dari 2 sumber yaitu penelitian oleh (Kristiani, 2017) dan menurut Rasyid (2015) dalam (Rismayanti & Oktapiani, 2020) adalah (1)Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi (Kristiani, 2017), (2)Membeli produk karena adanya tawaran hadiah (Kristiani, 2017), (3)Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan (Kristiani, 2017) (4)Mencari kesenangan (Rismayanti & Oktapiani, 2020), (5)Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya)(Kristiani, 2017). indikator gaya hidup dalam penelitian ini yaitu (1)Aktivitas (Chairani, 2019), (2)Minat (Chairani, 2019), (3)Opinion (opini) (Rismayanti & Oktapiani, 2020). indikator media sosial dalam penelitian ini mengadopsi dari (Setiawati, 2017) dan (Batee, 2019) antara lain (1)Kemudahan (Setiawati, 2017), (2)Kepercayaan (Setiawati, 2017), (3)Kualitas informasi (Batee, 2019).

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Wahyuni, Irfani, & Syahrina, 2019) dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang” Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1)Gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang, (2)Literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang dan, (3)Gaya hidup dan literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang.

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Penelitian metode kuantitatif merupakan metode dengan data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivme, penelitian pada umumnya digunakan pada populasi atau sampel tertentu yang representatif. Proses penelitian bersifat deduktif, dimana untuk

menjawab rumusan masalah digunakan konsep atau teori sehingga dapat di rumuskan hipotesis. Hipotesis tersebut selanjutnya di uji melalui data. Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan statistik deskriptif atau inferensial sehingga dapat diketahui hasil hipotesis terbukti atau tidak (Sugiyono, 2010). Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif yaitu metode dengan teknik pengumpulan data dengan cara mendeskripsikan kejadian secara nyata tanpa adanya unsur tambahan. Instrumen metode penelitian deskriptif yang dipakai adalah menyebar kuisioner atau angket, sehingga peneliti dapat memperoleh data yang sesuai dengan fakta apa adanya yang terjadi di lapangan tanpa adanya unsur tambahan data.

Populasi dan sampel yang digunakan peneliti yaitu mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI semester 6 dan 8. Pengambilan sampel Menurut (Arikunto, 2006) dalam pemilihan sampel sebaiknya kurang dari 100, akan lebih baik jika diambil semua sehingga penelitian merupakan penelitian populasi. Akan tetapi, jika jumlah sampel terbilang besar bisa diambil antara 15% atau 20%-25% atau lebih, tergantung dari :(a)Kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga dan dana, (b)Sempit dan luasnya wilayah yang akan diteliti dari pengamatan data, (c)Besarnya dan kecilya kemungkinan risiko yang akan ditanggung oleh peneliti. Dalam mengambil sampel peneliti menggunakan teknik *sampling* yaitu *cluster random sampling*. Jumlah sampel yang digunakan yaitu berjumlah 132 mahasiswa. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu berupa kuisioner ataupun angket. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus korelasi *product moment* . Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 25.00 dengan melakukan uji coba instrument terhadap 80 responden untuk mengetahui r hitung. Selanjutnya r hitung yang diperoleh dibandingkan dengan r tabel sebesar 0,220 yang diperoleh dengan melihat r tabel Product Moment, dengan taraf signifikan 5% kedua nilai tersebut. Apabila r hitung < 0,220 maka butir pernyataan dalam kuesioner dikatakan tidak valid, dan apabila r hitung > 0,220 maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid, sehingga instrument layak digunakan sebagai alat pengumpul data penelitian. Uji realibilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus Alpa Cronbach's, kriteria dalam penelitian ini Jika nilai hitung Cronbach's Alpha > 0,60 maka instrumen dinyatakan reliabel, jika nilai hitung Cronbach's Alpha < 0,60 maka instrumen dinyatakan tidak reliabel. Uji Heteroskedastisitas dapat diuji menggunakan uji glejser yaitu meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya > 0,05. Sebaliknya, terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya < 0,05 (Ghozali, 2017- hal. 142). Untuk mempermudah melakukan uji validitas dan uji reliabilitas instrumen peneliti menggunakan bantuan program SPSS versi 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian yang dilakukan dengan membagikan angket kepada mahasiswa, Jumlah mahasiswa program studi pendidikan ekonomi semester 6 dan 8 adalah 130 mahasiswa (sumber dari BAA Universitas Bhinneka PGRI) yang dijadikan sebagai responden sebanyak 80 mahasiswa diperoleh hasil penelitian sebagai berikut.

Tabel 1. Distribusi Frekuensi data Perilaku Konsumtif

| No | Klasifikasi | Rentangan Skor | Frekuensi | Presentase |
|----|-------------|----------------|-----------|------------|
| 1 | Sangat Baik | 84 – 100 | 19 | 24% |
| 2 | Baik | 68 – 83 | 27 | 34% |

| | | | | |
|----------|--------------------|---------|----|------|
| 3 | Cukup | 52 – 67 | 27 | 34% |
| 4 | Kurang Baik | 36 – 51 | 6 | 8% |
| 5 | Sangat Kurang Baik | 20 – 35 | 1 | 1% |
| | | | 80 | 100% |

Sumber data: Di olah peneliti, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat pada variabel perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, mempunyai kategori sangat baik dengan frekuensi sebanyak 19 mahasiswa (24%), kategori baik dengan frekuensi sebanyak 27 mahasiswa (34%), kategori cukup dengan frekuensi sebanyak 27 mahasiswa (34%), kategori kurang baik sebanyak 6 mahasiswa (8%), dan kategori sangat kurang baik sebanyak 1 mahasiswa (1%).

Tabel 2. Distribusi Frekuensi data Gaya Hidup

| No | Klasifikasi | Rentangan Skor | Frekuensi | Presentase |
|-----------|--------------------|-----------------------|------------------|-------------------|
| 1 | Sangat Baik | 84 – 100 | 16 | 20% |
| 2 | Baik | 68 – 83 | 28 | 35% |
| 3 | Cukup | 52 – 67 | 32 | 40% |
| 4 | Kurang Baik | 36 – 51 | 3 | 4% |
| 5 | Sangat Kurang Baik | 20 - 35 | 1 | 1% |
| | | | 80 | 100% |

Sumber data: Di olah peneliti, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat pada variabel gaya hidup mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, mempunyai kategori sangat baik dengan frekuensi sebanyak 16 mahasiswa (20%), kategori baik dengan frekuensi sebanyak 28 mahasiswa (35%), kategori cukup dengan frekuensi sebanyak 32 mahasiswa (40%), kategori kurang baik dengan frekuensi sebanyak 3 mahasiswa (4%), dan kategori sangat kurang baik dengan frekuensi sebanyak 1 mahasiswa (1%).

Tabel 3. Distribusi Frekuensi data Media Sosial

| No | Klasifikasi | Rentangan Skor | Frekuensi | Presentase |
|-----------|--------------------|-----------------------|------------------|-------------------|
| 1 | Sangat Baik | 84 – 100 | 19 | 24% |
| 2 | Baik | 68 – 83 | 44 | 55% |
| 3 | Cukup | 52 – 67 | 17 | 17% |
| 4 | Kurang Baik | 36 – 51 | 0 | 0% |
| 5 | Sangat Kurang Baik | 20 - 35 | 0 | 0% |
| | | | 80 | 100% |

Sumber data: Data olahan peneliti, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat pada variabel media sosial mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, mempunyai kategori sangat baik dengan frekuensi sebanyak 19 mahasiswa (24%), kategori baik dengan frekuensi sebanyak 44 mahasiswa (55%), kategori cukup dengan frekuensi sebanyak 17 mahasiswa (21%), kategori kurang baik dengan frekuensi sebanyak 0 mahasiswa (0%), dan kategori sangat kurang baik dengan frekuensi sebanyak 0 mahasiswa (0%).

Tabel 4. Uji Validitas perilaku konsumtif

| No | Nilai r_{hitung} | Nilai r_{tabel} | Nilai sig (2-tailed) | Nilai α | Keterangan |
|-----|--------------------|-------------------|----------------------|----------------|------------|
| 1. | 0,714 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 2. | 0,674 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 3. | 0,867 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 4. | 0,751 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 5. | 0,606 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 6. | 0,372 | 0,220 | 0,001 | 0,05 | Valid |
| 7. | 0,572 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 8. | 0,770 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 9. | 0,791 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 10. | 0,800 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 11. | 0,847 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 12. | 0,773 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 13. | 0,803 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 14. | 0,781 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 15. | 0,664 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 16. | 0,858 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 17. | 0,692 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 18. | 0,731 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 19. | 0,412 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 20. | 0,462 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |

Sumber data: Data olahan peneliti, 2022

Berdasarkan tabel dalam uji validitas r product moment $N = 80$ dengan $\alpha = 5\%$ adalah 0,220. Hasil menunjukkan bahwa perhitungan validitas dengan bantuan SPSS pada setiap item angket perilaku konsumtif (Y) dilihat dari semua item angket diperoleh $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $\alpha = 5\%$. Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh angket dinyatakan valid dan dapat dipergunakan sebagai instrument penelitian untuk mencari data dalam penelitian ini.

Tabel 5. Uji Validitas Gaya hidup

| No | Nilai r_{hitung} | Nilai r_{tabel} | Nilai sig (2-tailed) | Nilai α | Keterangan |
|-----|--------------------|-------------------|----------------------|----------------|------------|
| 1. | 0,676 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 2. | 0,659 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 3. | 0,257 | 0,220 | 0,115 | 0,05 | Valid |
| 4. | 0,547 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 5. | 0,783 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 6. | 0,731 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 7. | 0,658 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 8. | 0,717 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 9. | 0,752 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 10. | 0,660 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 11. | 0,674 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 12. | 0,710 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 13. | 0,759 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 14. | 0,796 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 15. | 0,653 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |

| | | | | | |
|-----|-------|-------|-------|------|-------|
| 16. | 0,730 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 17. | 0,287 | 0,220 | 0,077 | 0,05 | Valid |
| 18. | 0,601 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 19. | 0,332 | 0,220 | 0,039 | 0,05 | Valid |

Sumber data: Data olahan peneliti, 2022

Berdasarkan tabel dalam uji validitas *r product moment* $N = 80$ dengan $\alpha = 5\%$ adalah 0,220. Hasil menunjukkan bahwa perhitungan validitas dengan bantuan SPSS pada setiap item angket gaya hidup (X1) dilihat dari semua item angket diperoleh $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $\alpha = 5\%$. Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh angket dinyatakan valid dan dapat dipergunakan sebagai instrument penelitian untuk mencari data dalam penelitian ini.

Tabel 6. Uji Validitas media sosial

| No | Nilai r_{hitung} | Nilai r_{tabel} | Nilai sig (2-tailed) | Nilai α | Keterangan |
|-----|--------------------|-------------------|----------------------|----------------|------------|
| 1. | 0,666 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 2. | 0,611 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 3. | 0,619 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 4. | 0,547 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 5. | 0,628 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 6. | 0,772 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 7. | 0,785 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 8. | 0,578 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 9. | 0,600 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 10. | 0,767 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 11. | 0,779 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 12. | 0,722 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 13. | 0,648 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 14. | 0,659 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 15. | 0,816 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 16. | 0,513 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 17. | 0,769 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 18. | 0,631 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 19. | 0,646 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| 20. | 0,656 | 0,220 | 0,000 | 0,05 | Valid |

Sumber data: Data olahan peneliti, 2022

Berdasarkan tabel dalam uji validitas *r product moment* $N = 80$ dengan $\alpha = 5\%$ adalah 0,220. Hasil menunjukkan bahwa perhitungan validitas dengan bantuan SPSS pada setiap item angket Media Sosial (X2) dilihat dari semua item angket diperoleh $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $\alpha = 5\%$. Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh angket dinyatakan valid dan dapat dipergunakan sebagai instrument penelitian untuk mencari data dalam penelitian ini.

Tabel 6. Hasil Uji reliabilitas Instrumen Perilaku Konsumtif (Y)

| Variabel | <i>Alpha cronbach's</i> | Koefisien reliabilitas | Keterangan | Kesimpulan |
|--------------------|-------------------------|------------------------|----------------|------------|
| Perilaku Konsumtif | 0,761 | 0,60 | $0,761 > 0,60$ | Reliabel |

Sumber data: Data olahan peneliti, 2022

Dari data Reliability Statistic diatas dapat disimpulkan bahwa nilai reliabilitas dari masing – masing item secara keseluruhan adalah $0,761 > 0,60$ (batas minimal instrumen dikatakan reliabel). Jadi dapat disimpulkan bahwa instrumen perilaku konsumtif reliabel.

Tabel 7. Hasil Uji reliability Instrumen Gaya Hidup (X1)

| Variabel | Alpha cronbach's | Koefisien reliabilitas | Keterangan | Kesimpulan |
|------------|------------------|------------------------|----------------|------------|
| Gaya Hidup | 0,752 | 0,60 | $0,752 > 0,60$ | Reliabel |

Sumber data: Data olahan peneliti, 2022

Dari data Reliability Statistic diatas dapat disimpulkan bahwa nilai reliabilitas dari masing – masing item secara keseluruhan adalah $0,752 > 0,60$ (batas minimal instrumen dikatakan reliabel). Jadi dapat disimpulkan bahwa instrumen gaya hidup mahasiswa reliabel.

Tabel 8. Hasil Uji reliabilitas Instrumen Media Sosial (X2)

| Variabel | Alpha cronbach's | Koefisien reliabilitas | Keterangan | Kesimpulan |
|------------|------------------|------------------------|----------------|------------|
| Gaya Hidup | 0,757 | 0,60 | $0,757 > 0,60$ | Reliabel |

Sumber data: Data olahan peneliti, 2022

Dari data Reliability Statistic diatas dapat disimpulkan bahwa nilai reliabilitas dari masing – masing item secara keseluruhan adalah $0,757 > 0,60$ (batas minimal instrumen dikatakan reliabel). Jadi dapat disimpulkan bahwa instrumen media sosial reliabel.

Tabel 9. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|------------------------------------|----------------|-------------------------|
| | | Unstandardized Residual |
| N | | 39 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | 0E-7 |
| | Std. Deviation | 9,57321445 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,162 |
| | Positive | ,162 |
| | Negative | -,144 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | 1,012 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,258 |
| a. Test distribution is Normal. | | |
| b. Calculated from data. | | |

Sumber data: Data olahan peneliti, 2022

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa data telah berdistribusi secara normal. Karena data memiliki signifikansi sebesar $0,258 \geq 0,05$.

Tabel 10. Hasil Uji Linieritas Gaya Hidup (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

| | | ANOVA Table | | | | | |
|----------------------------|-------------------|--------------------------------|----------------|---|---------|----|------|
| | | | Sum of Squares | d | Mean | F | Sig. |
| | | (Combined) | | f | Square | | |
| Y.Perilaku_Konsu mtif * | Between Groups | | 5766,769 | 2 | 221,799 | ,8 | ,6 |
| | | Linearity | 3,273 | 1 | 3,273 | ,0 | ,9 |
| | | Deviation from Linearity | 5763,496 | 2 | 230,540 | ,8 | ,6 |
| | Within Groups | | 3078,667 | 1 | 256,556 | | |
| Total | | | 8845,436 | 3 | | | |
| | | | | 6 | | | |

Sumber data: Data olahan peneliti, 2022

Berdasarkan tabel diatas hasil uji linieritas variabel gaya hidup (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) diperoleh nilai sig. deviation from linearity lebih dari 0,05 yaitu 0,607. Maka dapat disimpulkan data penellitian memenuhi syarat linieritas dan lolos uji serta dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara variabel – variabel yang ada.

Tabel 11. Hasil Uji Multikolinieritas

| Model | Coefficients ^a | | | | | | Collinearity Statistics | |
|--------------|--------------------------------|---------------|------------------------------|----------------|----------|---------------|-------------------------|--|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Toleranc e | VIF | |
| | B | Std. Error | Beta | | | | | |
| 1 (Constant) | -9.398 | 5.240 | | - 1.79 3 | .07 7 | | | |
| Gaya Hidup | .770 | .073 | .711 | 10.5 83 | .00 0 | .542 | 1.846 | |
| Media Sosial | .341 | .091 | .252 | 3.75 1 | .00 0 | .542 | 1.846 | |

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber data: Data olahan peneliti, 2022

Berdasarkan tabel *Coefficients^a* diatas menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas yang dapat dilihat dari nilai tolerance > 0,1, yaitu sebesar 0,542, dan nilai VIF < 10, yaitu sebesar 1,846. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 12. Hasil Uji Heterokedastisitas

| Model | Coefficients ^a | | | | T | Sig. |
|--------------|--------------------------------|---------------|---------------------------------|-------|------|------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardiz ed Coefficient | | | |
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 (Constant) | 7.639 | 3.566 | | 2.142 | .035 | |
| Gaya Hidup | -.066 | .049 | -.204 | - | .186 | |

| | | | | | |
|----------------------------|------|------|------|-------|------|
| | | | | 1.335 | |
| Media Sosial | .025 | .062 | .060 | .396 | .693 |
| a. Dependent Variable: abs | | | | | |

Sumber data: Data olahan peneliti, 2022

Berdasarkan tabel diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel gaya hidup adalah $0,186 > 0,05$, dan nilai signifikansi untuk variabel media sosial adalah $0,693 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

Tabel 13. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

| Model | | Coefficients ^a | | | t | Sig. |
|-------|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | -9.398 | 5.240 | | - | .077 |
| | | | | | 1.793 | |
| | Gaya Hidup | .770 | .073 | .711 | 10.583 | .000 |
| | Media Sosial | .341 | .091 | .252 | 3.751 | .000 |

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber data: Data olahan peneliti, 2022

Dari hasil uji regresi linier berganda pada tabel 4.15 *coefficients^a* dapat dilihat bahwa diperoleh persamaan dari rumus regresi linear berganda $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$ (Riduwan, 2010: 253) yaitu $Y = -9,398 + 0,770X_1 + 0,341X_2$.

Tabel 14. Hasil Uji t (Parsial)

| Model | | Coefficients ^a | | | t | Sig. |
|-------|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | -9.398 | 5.240 | | - | .077 |
| | | | | | 1.793 | |
| | Gaya Hidup | .770 | .073 | .711 | 10.583 | .000 |
| | Media Sosial | .341 | .091 | .252 | 3.751 | .000 |

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber data: Data olahan peneliti, 2022

Berdasarkan tabel dapat dijelaskan bahwa uji t dalam variabel gaya hidup (X_1) terhadap perilaku konsumtif (Y) memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $10,583 > 1,991$, dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dan untuk variabel media sosial (X_2) terhadap perilaku

konsumtif (Y) memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $3,751 > 1,991$, dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Tabel 15. Hasil Uji F

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 15346.587 | 2 | 7673.293 | 165.972 | .000 ^b |
| | Residual | 3559.901 | 77 | 46.232 | | |
| | Total | 18906.488 | 79 | | | |

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif
 b. Predictors: (Constant), Media Sosial, Gaya Hidup

Sumber data: Data olahan peneliti, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $165,972 > 3,11$, dan nilai signifikansi dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh antara variabel gaya hidup (X_1) dan media sosial (X_2) terhadap perilaku konsumtif, dengan demikian H_3 diterima.

Tabel 16. Hasil Koefisien Determinasi

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .901 ^a | .812 | .807 | 6.799 |

a. Predictors: (Constant), Media Sosial, Gaya Hidup
 b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber data: Data olahan peneliti, 2022

Pada tabel diatas diketahui bahwa nilai *Adjusted R square* sebesar 0,807 hal tersebut menunjukkan bahwa variabel perilaku konsumtif dipengaruhi oleh variabel gaya hidup dan media sosial sebesar 80,7%, dan sisanya sebesar 19,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Secara parsial terdapat pengaruh dan signifikan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi pendidikan ekonomi Universitas Bhinneka PGRI. Berdasarkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($10,583 < 1,991$) dan nilai signifikansi sebesar ($0,000 < 0,05$). dapat disimpulkan bahwa H_2 yang berbunyi "Terdapat pengaruh antara gaya hidup dan media sosial terhadap perilaku konsumtif" diterima. Secara parsial terdapat pengaruh dan

signifikan antara media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi pendidikan ekonomi Universitas Bhinneka PGRI. Berdasarkan nilai thitung $>$ ttabel ($3,751 > 1,991$) dan nilai signifikansi sebesar ($0,000 < 0,05$). dapat disimpulkan bahwa H2 yang berbunyi “Terdapat pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi pendidikan ekonomi Universitas Bhinneka PGRI” diterima. Secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup dan media sosial terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI dengan nilai F_{hitung} ($165,972$) $>$ F_{tabel} ($3,11$) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H3 yang berbunyi “Terdapat pengaruh gaya hidup dan media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi pendidikan ekonomi Universitas Bhinneka PGRI” diterima.

Bagi mahasiswa program studi pendidikan ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Berdasarkan hasil penelitian yang membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel gaya hidup dan media sosial terhadap perilaku konsumtif dengan hasil dominan gaya hidup, kepada mahasiswa untuk lebih membedakan mana kebutuhan dan keinginan agar bisa melakukan gaya hidup secukupnya sehingga tidak berperilaku konsumtif.

Bagi peneliti selanjutnya dapat mengkaji lebih banyak sumber dan referensi terkait gaya hidup, media sosial dan perilaku konsumtif sehingga hasilnya lebih baik dan lebih lengkap. Selanjutnya, peneliti lain dapat terus berkembang, khususnya memperbaiki model dengan menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif , meningkatkan kontribusi teoritis dan menggunakan objek lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT RINEKA CIPTA.
- Batee, M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313–324. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.108>
- Chairani. (2019). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku keuangan mahasiswa universitas muhammadiyah sumatera utara skripsi.
- Ghozali, I. (2017). Pengaruh Motivasi Kerja, Kepuasan Kerja dan Kemampuan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Kementerian Agama Kabupaten Banjar. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 3(1), 130–137.
- Kristiani, N. (2017). Analisis Pengaruh Iklan Dimedia Sosial Dan Jenis Media Sosial Terhadap Pembentukan Perilaku Kosnumtif Mahasiswa Di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 24(2), 196–201.
- Kuswanti, L. dan M. B. dan H. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Ppapk Fkip Universitas Tanjungpura Pontianak, 1–10.
- Mustomi, D., & Puspasari, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 4(1), 133. https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v4i1.496
- Rismayanti, & Oktapiani. (2020). Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. *Nusantara Journal of Economics (NJE)*, 02(2019), 31–37.

- Risnawati, Mintarti, W., & Ardoyo. (2018). Pengaruh pendidikan ekonomi keluarga, gaya hidup, modernitas individu, dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa. *Jurnal Pendidikan*, 3(4), 430–436.
- Safura Azizah, N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01(02), 92–101.
- Sari. (2019). Pengaruh gaya hidup brand minded dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada dewasa awal di Samarinda. *Psikoborneo*, 7(2), 165–179.
- Setiawati, M. (2017). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengaraian. *Academia*, (1).
- Sugiyono. (2010). *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta,cv
- Thamrin, H. (2021). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Komunida*, 11, 1–14. <https://doi.org/10.35905/komunida.v11i01>
- Wahyuni, R., Irfani, H., & Syahrina, I. A. (2019). Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada. *Jurnal Benefita*, 4(3), 548–559.