

**HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN
PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWI
FAKULTAS PSIKOLOGI STAMBUK 2019 DI
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Guna
Memenuhi Persyaratan Mendapatkan Gelar Sarjana Psikologi**

Oleh :

**ELIA PURNAMA
178600448**



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 17/10/22

Access From (repository.uma.ac.id)17/10/22

**HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN
PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWI
FAKULTAS PSIKOLOGI STAMBUK 2019 DI
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Guna
Memenuhi Persyaratan Mendapatkan Gelar Sarjana Psikologi**

Oleh :

ELIA PURNAMA

178600448



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2022**

SKRIPSI

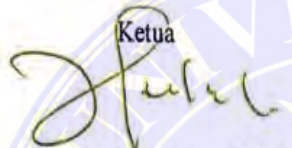
**HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN PRILAKU KONSUMTIF
PADA MAHASISWI FAKULTAS PSIKOLOGI STAMBUK 2019 DI UNIVERSITAS
MEDAN AREA**

Dipersiapkan dan disusun oleh
Elia Purnama
178600448

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 2 September 2022

Susunan Dewan Penguji

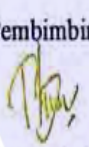
Ketua


(Drs. Mulia Siregar, M.Psi)

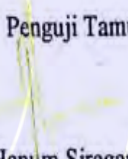
Sekretaris


(Arif Fachrian, S.Psi, M.Psi)

Pembimbing




(Babby Hasmayni, S.Psi, M.Si)

Penguji Tamu


(Farida Hanum Siregar, S.Psi, M.Psi)

Skripsi ini diterima sebagai salah satu
Persyaratan memperoleh gelar sarjana
Tanggal, 2 September 2022

Kepala Bagian



Dinda Permatasari Harahary, S.Psi, M.Psi, Psikolog

Mengetahui
Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area


Hasanuddin, Ph.D

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawa ini:

Nama : Elia Purnama
Nmp : 178600448
Tahun Terdaftar : 2022
Fakultas/ sekolah : Psikologi

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atas pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/ lembaga lain, kecuali secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dengan demikian saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah bebas dari unsur –unsur plagiasi dan apabila dokumen ilmiah skripsi ini dikemudian hari terbukti merupakan plagiasi dari karya penulis ilmiah lain dan atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan hasil karya penulis lain, maka penulis bersedia menerima saksi akademik dan atau sanksi hukum yang berlaku.

Medan, 2 September 2022



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Elia Purnama
NPM : 178600448
Program Studi : Psikologi Perkembangan
Fakultas : Psikologi
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demikian perkembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non- Exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi
Fakultas Psikologi Stambuk 2019 Di Universitas Medan Area**

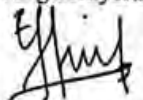
Beserta perangkat yang ada jika di perlukan, dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di :Medan

Pada Tanggal : 2 September 2022

Yang menyerahkan


(Elia Purnama)

MOTTO

*“Karena Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan
Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”*
(QS. Al-Insyirah: 5-6)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”
(QS. Al-Baqarah: 286)

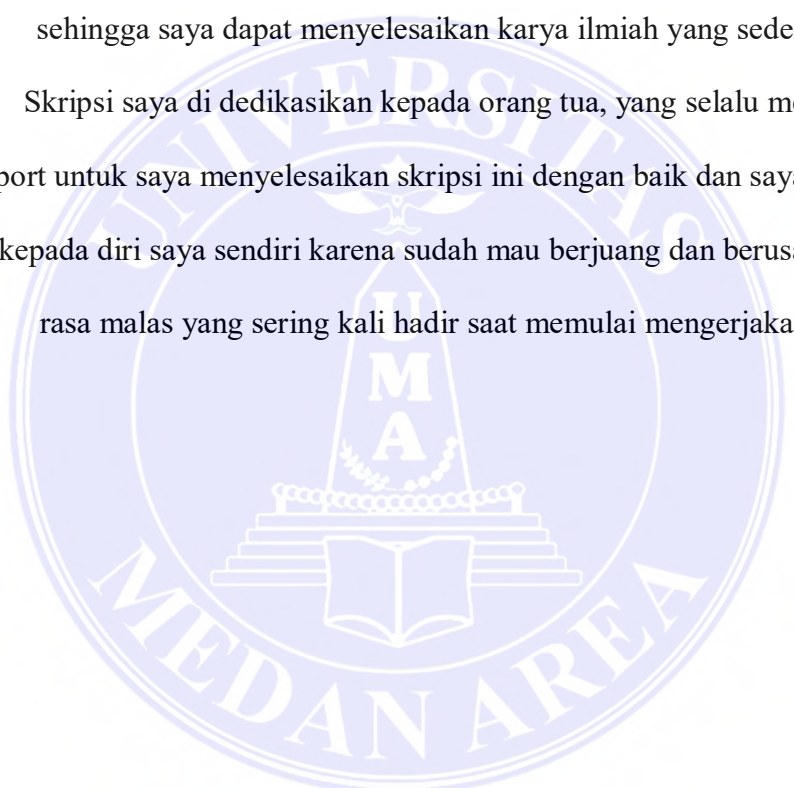


PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis.

Terima kasih ya Allah sudah memberikan kelancaran dan kemudahan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan karya ilmiah yang sederhana ini.

Skripsi saya di dedikasikan kepada orang tua, yang selalu memberikan support untuk saya menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan saya juga berterima kasih kepada diri saya sendiri karena sudah mau berjuang dan berusaha keras melawan rasa malas yang sering kali hadir saat memulai mengerjakan skripsi.



RIWAYAT HIDUP

Nama : Elia Purnama

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat & Tanggal Lahir : Berumbung, 19 Januari 2000

Alamat : Dusun IV Berumbung Atas Desa Teladan Kecamatan Tinggi Raja
Kabupaten Asahan, Sumatera Utara

Kode Pos : 21261

Nomor Ponsel : 082297962359

Email : eliaaruan19@gmail.com

Pendidikan Formal : SMA Negeri 1 Bandar Pasir Mandoge
SMP Negeri 1 Bandar Pasir Mandoge
SD 016523 Teladan

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga dengan izinnya, skripsi yang berjudul Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Stambuk 2019 Universitas Medan Area berhasil diselesaikan.

Peneliti menyadari bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan dan kerjasama yang baik dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. M. Erwin, MBA, selaku ketua Yayasan Pendidikan Haji Agus Salim Universitas Medan Area.
2. Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc, selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Bapak Hasanuddin, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
4. Ibu Babby Hasmayni, S.Psi,. M.Si, selaku dosen pembimbing saya yang memberikan bimbingan dan arahan dengan penuh kesabaran kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Drs. Mulia Siregar, M.Psi selaku ketua sidang skripsi yang memberikan masukan dan kritik yang membangun kepada peneliti untuk

- menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Farida Hanum Siregar, S.Psi, M.Psi, selaku dosen pembimbing yang memberikan masukan dan kritik yang membangun kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
 7. Bapak Arif Fachrian, S.Psi, M.Psi, selaku sekretaris yang bertugas dan telah memberikan banyak masukan untuk saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
 8. Kepada Ayah saya tercinta Daud Iskandar Aruan SE, dan Ibu saya tercintai Nuraini yang telah memberikan kasih sayang dan cintanya, memberikan doa dan memotivasi saya sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini.
 9. Kepada Kakak saya Dea Yulistia Diana SH, Witabah Andriani Aruan SE, Briptu Yola Soraya Aruan SH, serta adik saya Putri Romaito Aruan dan M. Fachry Aruan yang selalu memberikan semangat tiada henti untuk saya dapat menyelesaikan skripsi ini,
 10. Para dosen Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang telah berkontribusi memberikan ilmu pengetahuan dan memotivasi penulis sampai saat ini dan para staf tata usaha Program Studi Psikologi Universitas Medan Area yang turut memperlancar proses penyelesaian kuliah dan skripsi ini.
 11. Ibu Dinda Permatasari Harapan, S.Psi, M.Psi, Psikolog, selaku Kepala Bidang Psikologi Perkembangan.
 12. Seluruh staff pegawai yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis saat untuk melengkapi berkas-berkas yang diperlukan dalam penelitian ini.

13. Kepada sahabat-sahabat saya Cindi Halimah Br. Manurung S.Kep, Tasya Namira, Fanny Tri Wahyuni, Sheila Diah, Rafika Fadila Lubis, Cindy Dwi Rantika, SE, Huda Aulia Adna SE dan Annisa Zahara S.IP yang telah mewarnai hari-hari saya dan memberikan dukungan tiada henti.
14. Kepada teman-teman satu angkatan 2017 khususnya kelas D yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah berjuang bersama untuk mendapatkan gelar sarjana.
15. Kepada Mahasiswi Fakultas Psikologi Stambuk 2019 Universitas Medan Area sebagai sampel penelitian yang telah membantu saya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat baik untuk kalangan pendidikan maupun masyarakat. Akhir kata peneliti mengucapkan terima kasih.

Medan, 2022

Penulis

Elia Purnama

178600448

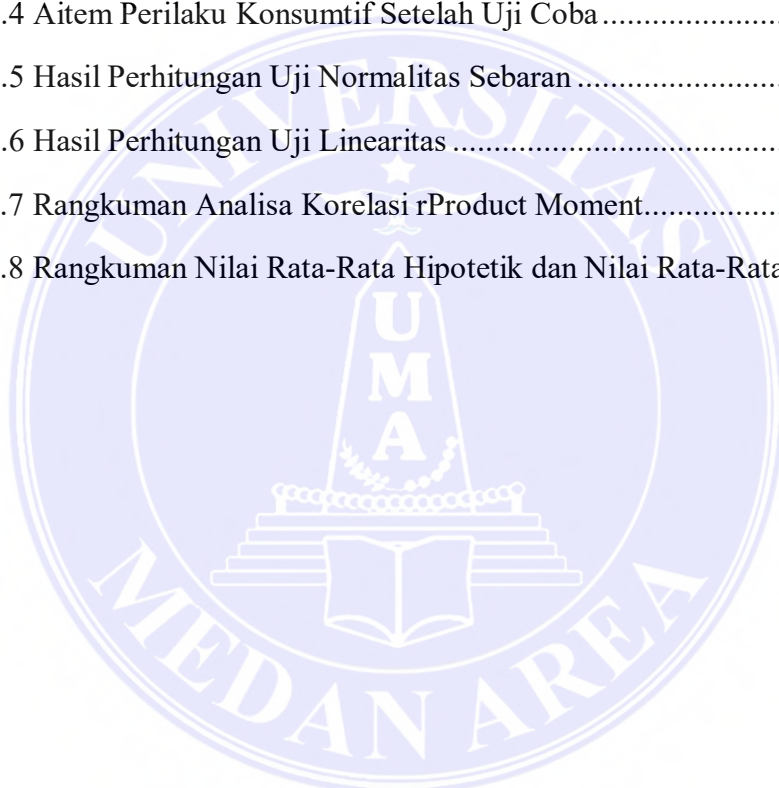
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
HALAMAN PRAKA/MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Batasan Masalah	12
D. Rumusan Masalah	12
E. Tujuan Penelitian	12
F. Manfaat Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Mahasiswa	14
1. Defenisi Mahasiswa	15
2. Pengertian Masa Remaja	11
3. Karakteristik Masa Remaja	17
4. Tugas- Tugas Perkembangan Remaja	19
B. Perilaku Konsumtif	21
1. Defenisi Perilaku Konsumtif	21

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif.....	22
3. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif.....	29
4. Karakteristik Perilaku Konsumtif.....	31
C. Gaya Hidup Hedonis	32
1. Defenisi Gaya Hidup Hedonis.....	32
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup Hedonis.....	34
3. Aspek-Aspek Gaya Hidup Hedonis.....	38
4. Karakteristik Gaya Hidup Hedonis.....	39
D. Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif	40
E. Kerangka Konseptual	42
F. Hipotesis	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Tipe Penelitian	43
B. Identifikasi Variable Penelitian.....	43
C. Defenisi Operasional Variable Penelitian.....	44
1. Gaya Hidup Hedonis.....	44
2. Perilaku Konsumtif.....	44
D. Subjek penelitian.....	45
1. Populasi.....	45
2. Sampel.....	45
E. Teknik pengumpulan data.....	46
F. Validitas dan Realibilitas.....	46
1. Validitas	46
2. Reabilitas.....	47
G. Analisa Data.....	49
1. Uji Normalitas	50
2. Uji Linearitas	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Orientasi Kancas Penelitian.....	51
B. Persiapan Penelitian	52
1. Persiapan Administrasi	52
2. Persiapan Alat Ukur.....	53
C. Pelaksanaan Penelitian	57
D. Analisis Data dan Hasil Pembahasan	58
E. Pembahasan	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
A. Simpulan.....	66
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69

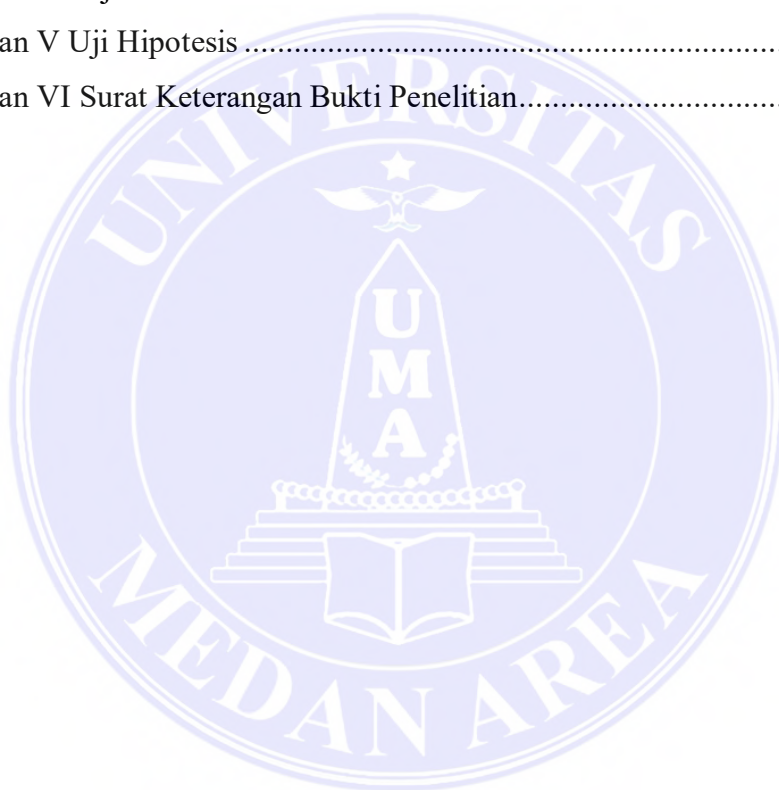
DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Distribusi Penyebaran Skala Gaya Hidup Hedonis	54
Tabel 4.2 Distribusi Penyebaran Skala Perilaku Konsumtif	55
Tabel 4.3 Aitem Gaya Hidup Hedonis Setelah Uji Coba.....	56
Tabel 4.4 Aitem Perilaku Konsumtif Setelah Uji Coba	57
Tabel 4.5 Hasil Perhitungan Uji Normalitas Sebaran	59
Tabel 4.6 Hasil Perhitungan Uji Linearitas	60
Tabel 4.7 Rangkuman Analisa Korelasi rProduct Moment.....	61
Tabel 4.8 Rangkuman Nilai Rata-Rata Hipotetik dan Nilai Rata-Rata Empirik	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Skala Penelitian	72
Lampiran II Data Penelitian	78
Lampiran III Uji Validitas & Reliabilitas	81
Lampiran IV Uji Asumsi.....	90
Lampiran V Uji Hipotesis	94
Lampiran VI Surat Keterangan Bukti Penelitian.....	96



Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Stambuk 2019 Di Universitas Medan Area

Oleh:
Elia Purnama
178600448

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi Fakultas Psikologi Stambuk 2019 Di Universitas Medan Area. Hipotesis dalam penelitian ini adalah ada hubungan positif antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 52 mahasiswi yang diambil menggunakan teknik Sampling. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah skala yang terdiri dari skala Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik korelasi product moment pearson. Dari hasil analisis diketahui bahwa hipotesis penelitian diterima $r_{xy} = 0,623$, dengan signifikan $p = 0,000 < 0,010$. Yang berarti terdapat hubungan positif antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif, dimana semakin tinggi tingkat Gaya Hidup Hedonis maka semakin tinggi Perilaku Konsumtif pada mahasiswi Fakultas psikologi stambuk 2019 di Universitas Medan Area, begitupun sebaliknya, jika semakin rendah tingkat Gaya Hidup Hedonis maka akan semakin rendah Perilaku Konsumtif pada mahasiswi Fakultas Psikologi Stambuk 2019 di Universitas Medan Area. Gaya hidup Hedonis memberikan distribusi sebesar 38,8% kepada Perilaku konsumtif.

Kata kunci: Gaya Hidup Hedonis, Perilaku Konsumtif.

Correlation Between Hedonic Lifestyle and Consumptive Behavior on Students of the Faculty of Psychology Stambuk 2019 at the University of Medan Area

By:

Elia Purnama

178600448

Abstract

This study aims to determine correlation between a hedonic lifestyle and consumptive behavior in students of the 2019 Stambuk Psychology Faculty at the University of Medan Area. The hypothesis in this study is that there is a positive correlation between hedonic lifestyle and consumptive behavior. The subjects in this study amounted to 52 female students who were taken using the sampling technique. The data collection method in this study is a scale consisting of a scale of Hedonic Lifestyle with Consumptive Behavior. The data analysis method used in this research is Pearson's product moment correlation technique. From the results of the analysis, it is known that the research hypothesis is accepted $r_{xy} = 0.623$, with a significant $p = 0.000 < 0.010$. Which means that there is a positive correlation between the Hedonic Lifestyle and Consumptive Behavior, where the higher the level of the Hedonic Lifestyle, the higher the Consumptive Behavior in the 2019 Stambuk Psychology Faculty student at the University of Medan Area, and vice versa, if the lower the level of the Hedonic Lifestyle, the lower the level of Hedonic Lifestyle will be. Consumptive Behavior in the 2019 Stambuk Psychology Faculty students at the Medan Area University. Hedonic lifestyle provides a distribution of 38.8% for consumptive behavior.

Keyword: Hedonic Lifestyle, Consumptive Behavior

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, berbagai bidang ekonomi, teknologi, industri dan lain-lain telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Dengan terciptanya berbagai teknologi canggih yang dapat mempermudah dan membantu manusia dalam menyelesaikan dan melakukan sesuatu. Salah satunya mahasiswa yang dipengaruhi oleh adanya perkembangan teknologi ini.

Mahasiswa adalah sebutan bagi orang yang sedang menumpuh pendidikan di sebuah perguruan tinggi negeri ataupun swasta yang biasa disebut dengan universitas. Mahasiswa tergolong dalam masa usia remaja yang merupakan periode transisi kehidupan manusia dari anak-anak menuju dewasa yang didalamnya terdapat proses pencarian jati diri. Hal ini menyebabkan seorang remaja mudah untuk terikut atau terimbas dari hal-hal yang tengah terjadi di sekitarnya. Pada umumnya mahasiswa rentang di usia sekitar 18 tahun sampai dengan 22 tahun dan merupakan masa transisi menuju ke fase dewasa (Santrock,2003).

Mahasiswa yang awalnya siswa SMA, kemudian berubah status menjadi mahasiswa yang mengalami banyak perubahan dalam dirinya, baik itu beradaptasi dengan teman-teman baru ataupun dengan lingkungan

dan suasana baru. Lingkungan dapat mempengaruhi individu yang seharusnya melakukan kegiatan yang positif, namun seiring berjalannya perkembangan banyak diantara mereka malah mempertahankan perilaku konsumtif.

Mahasiswa merupakan bagian dari masyarakat melalui lingkungannya menemukan adanya pergaulan masyarakat kota besar yang mengarah pada pemenuhan kebutuhan hidup. Fenomena tersebut sangat erat kaitannya dengan lingkungan kampus, dimana banyak sekali keanekaragaman sosial dan budaya untuk bersosialisasi dan mampu beradaptasi agar dapat menyesuaikan diri di lingkungannya.

Kebutuhan manusia dalam hidupnya sangatlah beragam baik itu kebutuhan primer ataupun sekunder. Banyaknya barang dan jasa yang ada di pasaran tentunya akan mempengaruhi barang dan jasa yang ditawarkan kepada masyarakat. Pembelian dan pemakaian suatu barang terkadang bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan, melainkan dorongan karena adanya faktor keinginan yang kurang berguna, seperti mengikuti trend, gengsi, menaikan prestise, dan berbagai alasan lainnya yang dianggap kurang penting. Sehingga hal tersebut secara langsung maupun tidak langsung menyebabkan daya beli dan sikap konsumtif meningkat. Adanya keinginan untuk membeli suatu produk yang berlebihan merupakan awal munculnya perilaku konsumtif. Individu akan secara terus menerus membeli barang hanya berdasarkan apa yang mereka inginkan, bukan

berdasarkan apa yang mereka butuhkan (dalam, Anggraini & Santhoso,2017).

Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang ditunjukan untuk konsumsi atau membeli secara berlebihan terhadap barang atau jasa yang menimbulkan pemborosan dan menggambarkan adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat keinginan yang mengutamakan kesenangan pribadi. Menurut Anggasari (dalam sumartono,2002), Perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang-barang yang tidak di perhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan.

Perilaku konsumtif merupakan proses pembelian yang tidak terkontrol dan tidak rasional, hal ini secara nyata berdampak pada pemborosan dalam pengelolaan keuangan baik level pribadi maupun rumah tangga(dalam, Pratiwi 2019). Zaman sekarang banyak hal yang mempermudah seseorang untuk berbelanja contohnya teknologi internet yang hadir saat ini memberikan kemudahan yang sangat signifikan dalam proses belanja. Hal ini antara lain melalui kehadiran berbagai macam online shop yang dapat diakses dengan mudah. Teknologi telah memberikan banyak kemudahan sehingga dapat meningkatkan gaya hidup semua kalangan termasuk remaja. Remaja yang memiliki gaya hidup tinggi akan menggunakan uangnya untuk hal-hal yang tidak penting tanpa

memikirkan manfaatnya sehingga lama-kelamaan remaja tersebut dapat berperilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif lebih dominan di kalangan mahasiswa. Karena biasanya perilaku konsumtif ini lebih banyak dilakukan oleh remaja putri dari pada remaja putra. Seperti yang dikatakan oleh Kotgen & Specht (dalam Ermawati, E., & Indriyati, 2011) bahwa remaja putri membelanjakan uangnya 2 kali lebih banyak dari pada remaja putra. Lebih lanjut Ningsih dan Bawono (2016) (dalam Khairat, Yusri dan Yuliana, 2018) remaja putri juga lebih memikirkan bagaimana untuk tampil cantik dan menarik. Sehingga demi cantik dan menarik, para remaja putri rela menghabiskan uangnya untuk membeli atribut yang mahal atau bermerek, seperti sepatu, tas, pakaian, dan sebagainya yang dapat menunjang penampilan.

Bentuk perilaku konsumtif disini artinya pola pembelian terhadap suatu produk dan pemenuhan kebutuhan hidup yang memprioritaskan pada faktor keinginan dari pada kebutuhan serta memiliki kecenderungan untuk memenuhi hasrat semata. Apabila dicontohkan salah satunya seperti membeli pakaian dan berbicara tentang pakaian adalah mengenai suatu yang sangat dekat dengan diri kita. Carlyle (dalam Fakhrunnisa, 2016) mengatakan bahwa pakaian adalah perlambangan jiwa, sehingga pakaian tidak dapat dipisahkan dari perkembangan sejarah kehidupan dan budaya manusia. Hanya saja pakaian akan menjadi hal negative apabila hanya

mengikuti tren dengan berbelanja dengan terus-menerus demi dipandang “wah” dengan teman-teman lainnya. Padahal sebaiknya mahasiswa menggunakan uang untuk memenuhi kebutuhan yang lebih diperlukan, seperti membeli alat tulis, buku-buku kuliah atau menghabiskan uang untuk bahan referensi dan lain sebagainya(dalam Rachma,2017)

Menurut Sumartono (2002) ada enam indikator perilaku konsumtif yaitu membeli produk karena iming-iming hadiah. Konsumen membeli suatu produk hanya karena tertarik dengan hadiah yang ditawarkan atau produsen membuat suatu sistem dimana ketika konsumen membeli dua produk akan mendapatkan satu produk gratis, sehingga membuat ketertarikan terhadap produk tersebut. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, orang yang berperilaku konsumtif akan membeli barang-barang yang bermerek dan mahal hanya karena gengsi terhadap lingkungan sekitar dan selalu merasa penampilannya tidak sempurna sehingga harus terus membeli barang-barang mewah agar terlihat sempurna dan modis. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, orang yang berperilaku konsumtif akan benar-benar selektif dalam membeli barang dan tidak ingin membeli sesuatu yang terkesan sederhana hanya untuk menjaga simbol statusnya sosial.

Kemudian indikator selanjutnya menurut Sumartono (2002) munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Konsumen yang sudah terbiasa menggunakan barang - barang bermerek akan merasa lebih percaya diri dalam berinteraksi dengan orang- orang disekitarnya namun

jika tidak menggunakan barang-barang yang mahal maka akan menurunkan tingkat kepercayaan dirinya. Yang terakhir yaitu mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda), ketika suatu merek tertentu mengeluarkan suatu produk, konsumen yang konsumtif akan membeli produk walaupun mereka sudah mempunyai produk tersebut dengan model yang sama, namun dengan merek yang berbeda mereka merasa harus membelinya walaupun barang yang mereka beli sebelumnya itu belum habis digunakan.

Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat terutama yang tinggal di perkotaan. Fenomena yang sekarang muncul, berupa fenomena mahasiswi yang menginginkan penampilan baru dengan cara mempercantik diri. Kecantikan yang dimiliki perempuan khususnya mahasiswi dianggap sebagai simbol kepercayaan di masa modern saat ini. Setiap wanita menginginkan dirinya untuk dipandang keren dan modis. Karena berpenampilan menarik adalah symbol kepercayaan diri bagi setiap wanita khususnya mahasiswi. Oleh karena itu banyak mahasiswi yang rela untuk mengeluarkan uang jajannya agar bisa berpenampilan menarik. Fenomena ini menyebabkan banyaknya pusat perbelanjaan yang memudahkan seseorang untuk terus berbelanja dengan cara online maupun offline.

Seseorang dikatakan memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif adalah apabila orang tersebut memiliki suatu barang maupun jasa diluar kebutuhannya yang rasional, sebab pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan semata, melainkan sudah pada taraf

keinginan yang berlebihan (Rosyid,1997 dalam Satriya,2008).

Berdasarkan pada wawancara yang di telah dilakukan bahwa konsumen yaitu mahasiswa Fakultas Psikologi Stambuk 2019 di Universitas Medan Area menganggap bahwa berbelanja merupakan suatu hiburan dan rekreasi yang membuat mereka senang dan puas walaupun mereka tidak tau apa manfaat dari barang yang mereka beli. Perilaku tersebut mereka lakukan semata mengikuti hasrat saja dan agar penampilan mereka terlihat modis dan memiliki status sosial di mata lingkungannya.

“ setiap saya membeli barang-barang yang saya inginkan saya merasa sangat senang walaupun ketika sudah dirumah barang yang saya beli itu tidak saya gunakan karena tidak sesuai ukuran saya” (A.C hasil wawancara 17 Januari 2021)

“ saya akan berusaha membeli barang-barang yang sedang trend dengan uang jajan saya. Saya rela tidak jajan yang penting saya bisa membeli barang-barang tersebut dan tidak ketinggalan jaman. (A.P hasil wawancara 17 Januari 2021)

Dari hasil wawancara yang saya dapat dari beberapa mahasiwi Fakultas Psikologi Stambuk 2019 bahwa mereka merasa senang dan puas ketika dapat memiliki barang-barang yang mereka inginkan walau terkadang barang yang mereka ingin miliki tersebut belum tentu mereka gunakan setidaknya mereka puas saat bisa memilikinya dan mereka juga membeli barang-barang tersebut agar dianggap tidak ketinggalan jaman.

Kecenderungan prilaku konsumtif dipengaruhi oleh bebrapa faktor yang pada intinya dapat dibedakan menjadi dua faktor, yaitu faktor eksternal dan faktor internal (Engel, Blackwell & Miniard, 2005; Kotler,

2006). Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah gaya hidup. Hal tersebut sejalan dengan pendapat (Triyaningsih,2011) bahwa kebanyakan orang yang melakukan perilaku konsumtif dikarenakan keinginan mengikuti trend gaya hidup.

Pendapat dari Bagong Suyanto 2013 (dalam Hierofani 2020), mengatakan bahwa, “gaya hidup mengandung pengertian sebagai cara hidup mencakup sekumpulan kebiasaan, pandangan dan pola-pola respon terhadap hidup, serta terutama perlengkapan hidup”. Gaya hidup seseorang akan menunjukkan pola kehidupannya yang dicerminkan melalui kegiatan , minat, dan opininya dalam berinteraksi di lingkungan sekitarnya. Hawkins mengatakan bahwa gaya hidup seseorang mempengaruhi kebutuhan, keinginan serta perilakunya termasuk perilaku membeli (Khairat, Yusri dan Yuliana, 2018).

Gaya hidup yang semakin bertambah, mengarah pada gaya hidup hedonis adalah individu yang memandang secara positif mengenai kesenangan dan akan mengambil atau memanfaatkan sekecil apapun untuk menapai kesenangan yang diharapkan. Manusia pada umumnya selalu menginginkan kesenangan dan kenikmatan dalam hidupnya. Akan tetapi, kesenangan atau kebahagiaan yang terdapat dalam gaya hidup hedonis masa kini hanya sekedar kesenangan dunia yang cenderung berdampak negatif.

Nadsir dan Ingarianti (2015) mengungkapkan bahwa gaya hidup hedonis merupakan suatu pola hidup seseorang yang melakukan

aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, menghabiskan waktunya diluar rumah untuk bersenang-senang dengan temannya, gemar membeli barang yang tidak dibutuhkan, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian di lingkungan sekitarnya. Gaya hidup adalah pola interaksi hidup seseorang yang diungkapkan dalam kegiatan, minat, dan pendapat seseorang (Kotler, 2001 dalam Azizah, Indrawati, 2015). Gaya hidup ditentukan oleh inferioritas yang khusus, gaya hidup merupakan kompensasi dari kekurangan sempurna tertentu dan didasari dari kekuatan seseorang untuk menanggulangi inferioritas dan meraih superioritas (Adler dalam Suryabrata, 2005).

Menurut Susanto dalam Nugroho J. Setiadi 2003 (dalam, Setianingsih, 2018), faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal). Faktor internal yang mempengaruhi gaya hidup yaitu: sikap, pengalaman, pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif dan persepsi.

Perkembangan gaya hidup modern di Indonesia saat ini dipengaruhi oleh arus globalisasi, yang mengakibatkan munculnya gaya hidup yang hedonis. Demi menjalani gaya hidup modern tersebut, tidak jarang masyarakat rela menghabiskan sebagian besar uang dan waktu yang dimilikinya. Gaya hidup merupakan pola hidup manusia dalam menghabiskan waktu dan uang (Engel, 2005). Gaya hidup juga dapat diartikan sebagai pola hidup yang diekspresikan melalui aktivitas, minat dan opini seseorang (Kotler, 2006). Pada masyarakat modern, gaya hidup

digunakan sebagai aktivitas dalam mencari kesenangan dan hiburan.

Menurut Wells dan Tigert (dalam Engel dkk, 2005) gaya hidup adalah pola hidup penggunaan uang, dan waktu yang dimiliki seseorang. Hal ini merupakan hasil keseluruhan factor – factor ekonomi, budaya dan kehidupan seseorang. Gaya hidup merupakan gambaran keseluruhan pribadi seseorang yang berinteraksi dengan lingkungan. Susianto menyatakan bahwa gaya hidup yang cenderung untuk mencari kesenangan disebut gaya hidup hedonis

Hedonisme adalah pandangan hidup bahwa kesenangan dan kenikmatan hidup sebagai tujuan utama. Secara bahasa hedonisme berasal dari bahasa Yunani, yaitu “hedone” yang artinya kesenangan. Pengertian hedonisme menurut kamus Besar Bahasa Indonesia ialah pandangan yang menganggap kesenangan dan kenikmatan materi sebagai tujuan utama dalam hidup (Setianingsih,2018). Definisi yang hampir sama diungkapkan dalam kamus Collins Gem (1993) yang mengartikan hedonisme sebagai doktrin yang menyatakan bahwa kesenangan adalah hal yang paling penting dalam hidup (Setianingsih,2018).

Dari fenomena diatas, bahwa mahasiswa suka dengan membeli barang-barang yang membuat mereka senang dan puas. Tetapi mereka terkadang tidak mengetahui apa manfaat dari barang-barang yang dibeli. Mereka hanya membeli untuk memenuhi hasratnya saja. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku

Konsumtif Pada Mahasiswa Stambuk 2019 Fakultas Psikologi Universitas Medan Area”.

B. Identifikasi Masalah

Di dalam kehidupan sehari-hari di zaman modern ini mahasiswi menggunakan uangnya secara berlebihan untuk membeli suatu barang yang tidak terlalu dibutuhkan mereka hanya memenuhi hasrat dan keinginan semata untuk mendapatkan barang yang sedang trend.

Mahasiswi melakukan itu agar tidak ketinggalan zaman dan tetap terlihat modis di lingkungannya. Perilaku tersebut menjadi perilaku konsumtif dimana mahasiswi menggunakan uangnya untuk membeli suatu barang hanya karena keinginan semata.

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah gaya hidup hedonis. Mahasiswi dapat menikmati gaya hidup hedonis dengan menghabiskan banyak waktu diluar rumah, pergi ke kafe, mall, senang membeli barang-barang yang sedang trend untuk mengikuti gaya hidup yang ada di lingkungannya. Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Stambuk 2019 Universitas Medan Area.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka penelitian ini diperlukan adanya pembatasan masalah. Batasan masalah dalam penelitian ini berfokus pada Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Stambuk 2019 Universitas Medan Area.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka pokok dari permasalahan adalah: “Apakah ada hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi Fakultas Psikologi Stambuk 2019 Universitas Medan Area?”.

E. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif mahasiswi Fakultas Psikologi Stambuk 2019 Universitas Medan area.

F. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan maupun bagi masyarakat pada umumnya. Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Secara umum diharapkan dapat memberikan masukan bagi ilmu pengetahuan psikologi khususnya psikologi perkembangan dan diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti berikutnya yang terkait dengan Hubungan Antara Gaya hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Stambuk 2019 Universitas Medan Area.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman dan dapat digunakan sebagai pedoman, bahan pertimbangan, dan arahan untuk masa sekarang dan yang akan datang tentang gaya hidup dan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan area.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Mahasiswa

1. Defenisi Mahasiswa

Mahasiswa adalah seseorang yang sedang dalam proses menimba ilmu ataupun belajar dan terdaftar sedang menjalani pendidikan pada salah satu bentuk perguruan tinggi yang terdiri dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas (Pratiwi 2019).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), mahasiswi adalah mereka yang sedang belajar di perguruan tinggi. Mahasiswi dapat didefinisikan sebagai individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi.

Mahasiswi dalam perkembangannya berada pada kategori remaja akhir yang berada pada rentang usia 18 sampai 21 tahun (Monks,dkk, 2002)(dalam Pratiwi 2019). Menurut Papalia,dkk. (2008) usia ini berada pada tahap perkembangan dari remaja atau *adolescence* menuju dewasa muda aau *young adulthood* . Dimana pada usia perkembangan ini remaja mendapat pengaruh dari lingkungan social, serta mencari identitas diri yang kuat.

Pada masa remaja ini terdapat beberapa minat utama pada remaja, yaitu : minat rekreasi, minat social, minat – minat pribadi, minat pendidikan, minat pekerjaan, minat agama, dan minat pada symbol dan

status. Minat – minat pribadi salah satunya adalah minat penampilan diri. Hal – hal yang termasuk penampilan diri adalah pakaian, perhiasan pribadi, kerapian, dan daya tarik fisik Hurlock, (2004).

2. Pengertian Masa Remaja

Istilah remaja dikenal dengan *adolescence* yang berarti tumbuh menjadi dewasa atau dalam perkembangan menjadi dewasa. Menurut Hurlock (2004) masa remaja merupakan tahap perkembangan antara masa anak-anak dan masa dewasa yang ditandai oleh perubahan fisik umum serta perkembangan kognitif dan sosial. Masa remaja dimulai pada saat anak secara seksual menjadi matang dan berakhir saat ia mencapai usia matang secara hukum.

Menurut Stanley Hall (Dariyo,2004)(dalam Erlinawati,2009) masa remaja dianggap sebagai masa topan badai dan stres (*strom and stress*), karena mereka telah memiliki keinginan bebas untuk menentukan nasib diri sendiri. Kalau terarah dengan baik, maka ia akan menjadi seorang individu yang memiliki rasa tanggung jawab, tetapi kalau tidak terbimbing, maka bisa menjadi seorang yang tidak memiliki masa depan baik.

Masa remaja adalah masa transisi/peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa yang ditandai adanya perubahan aspek fisik, psikis, dan psikososial (Dariyo, 2004) (dalam Erlinawati,2009), pendapat yang sama juga dikemukakan Neidhart (dalam Gunarsa, 1986) yang mengatakan bahwa masa remaja merupakan masa peralihan dan

ketergantungan pada masa anak ke masa dewasa, dimana ia harus dapat berdiri sendiri.

Remaja telah memiliki keinginan bebas untuk menentukan nasib sendiri, mengatasi masalah-masalahnya sendiri, namun belum mempunyai kemampuan yang mendukung karena sepanjang masa kanak-kanak, masalah sebagian diselesaikan oleh orang tua dan guru-guru. Karena tidak kemampuan mereka untuk mengatasi sendiri masalahnya menurut cara yang mereka yakini, banyak remaja akhirnya menentukan bahwa penyelesaiannya tidak selalu sesuai dengan harapan mereka.

Pergolongan masa remaja menurut Thornburg (Dariyo,2004 dalam Erlinawati,2009) terbagi dalam tiga tahap, yaitu:

- a. Remaja awal, berusia antara 13-14 tahun
- b. Remaja tengah, berusia antara 15-17 tahun
- c. Remaja akhir, berusia antara 18-21 tahun

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan subyek penelitian remaja yang tergolong remaja akhir. Pada masa remaja akhir perkembangan fisik telah mengalami kesempurnaan kematangan yang penuh, namun perkembangan sosial dan perkembangan psikis (termasuk emosi di dalamnya) terus menerus terjadi hingga dewasa awal (Sri Rumini & Siti Sundari, 2004)(dalam Erlinawati,2009). Selain itu dalam masa remaja akhir merupakan periode kritis atau critical period dalam berbagai hal yaitu: sosial, pribadi, dan moral. Perkembangan yang telah dimiliki sejak masa remaja awal akan dimantapkan menjadi dasar memandang diri dan lingkungannya untuk masa selanjutnya.

Berdasarkan pernyataan-pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa remaja adalah individu yang memiliki rentang usia 13- 22 tahun dimana pada usia tersebut individu sedang mengalami perubahan periode transisi perkembangan baik dalam biologis, kognisi, dan sosio-emosional.

3. Karakteristik Masa Remaja

Sebagaimana halnya dengan semua periode yang penting selama rentang kehidupan, masa remaja mempunyai karakteristik atau ciri-ciri tertentu yang membedakan dengan periode sebelum dan sesudahnya. Ciri-ciri tersebut secara singkat dikemukakan oleh Hurlock (2004).

1) Masa remaja sebagai periode yang penting

Perubahan yang dialami masa remaja akan memberikan dampak langsung pada individu yang bersangkutan dan akan mempengaruhi perkembangan selanjutnya.

2) Masa remaja sebagai periode peralihan

Artinya perkembangan remaja belum dapat dianggap sebagai orang dewasa. Status remaja tidak jelas, keadaan ini memberi waktu padanya mencoba gaya hidup yang berbeda dan menentukan pola perilaku, nilai dan sifat yang paling sesuai dengan dirinya.

3) Masa remaja sebagai periode perubahan

Masa remaja sebagai periode perubahan yaitu perubahan pada emosi, tubuh, minat dan peran, perubahan pada nilai yang dianut, serta keinginan akan kebebasan.

4) Masa remaja sebagai usia bermasalah

Karena ketidakmampuan untuk mengatasi masalah sendiri menuntut cara yang mereka yakini, banyak remaja akhirnya menemukan bahwa penyelesaiannya tidak selalu sesuai dengan harapan mereka.

5) Masa remaja sebagai masa mencari identitas

Artinya yang dicari remaja berupa usaha untuk menjelaskan siapa dirinya dan apa perannya dalam masyarakat

6) Masa remaja sebagai usia yang menimbulkan ketakutan

Dikatakan sebagai usia yang menimbulkan masalah karena remaja sulit diatur, cenderung berperilaku yang kurang baik. Hal ini yang membuat menjadi takut.

7) Masa remaja sebagai masa yang tidak realistic

Remaja cenderung memandang kehidupan dari kaca mata berwarna merah jambu, melihat dirinya sendiri dan orang lain sebagai yang diinginkan bukan sebagaimana adanya dalam cita-cita.

8) Masa remaja sebagai ambang masa dewasa

Remaja mengalami kebingungan atau kesulitan dalam usaha meninggalkan kebiasaan pada usia sebelumnya dan didalam memberikan bahwa mereka hampir atau sudah dewasa, yaitu dengan merokok, meminum minuman keras, menggunakan obat-obatan dan terlihat dalam perilaku seks. Mereka menganggap bahwa dirinya berperilaku dengan memberikan citra yang mereka inginkan.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri masa remaja adalah masa sebagai periode penting, masa remaja sebagai periode pilihan, masa remaja sebagai perubahan, masa remaja sebagai usia bermasalah, masa remaja remaja masa mencari identitas, masa remaja sebagai usi yang menimbulkan ketakutan, masa remaja sebagai masa realistic dan masa remaja sebagai ambang masa depan.

4. Tugas Perkembangan Pada masa Remaja

Tugas-tugas perkembangan adalah tugas yang muncul pada saat atau sekitar satu periode tertentu dari kehidupan individu dan jika berhasil akan menimbulkan fase bahagia yang membawa keberhasilan dalam melaksanakan tugas berikutnya. Akan tetapi jika gagal melaksanakannya akan menimbulkan rasa tidak bahagia dan kesulitan dalam menghadapi tugas berikutnya.

Adapun tugas-tugas perkembangan masa remaja, menurut Havighurst dalam Hurlock (1980) diantaranya:

- 1) Mencapai hubungan baru dan lebih matang dengan teman sebaya baik pria maupun wanita. Remaja dapat berinteraksi secara sosial, dengan membina pertemanan dengan teman sebaya secara baik.
- 2) Mencapai peran sosial. Dalam hal ini remaja harus sudah memahami peran yang dilakukannya agar tidak bertentangan dengan jenis kelamin.
- 3) Menerima keadaan fisiknya dengan menggunakan tubuh secara

efektif. Menerima keadaan fisik adalah salah satu cara remaja memahami dan mengenali dirinya. Kerena sangat diperlukan dalam pembentukan kepercayaan diri remaja.

- 4) Mengharapkan dan mencapai perilaku sosial yang bertanggung jawab. Artinya remaja dapat bekerja sama dan bertingkah laku secara sosial, bertanggung jawab atas apa yang telah dilakukan dengan melanggar aturan-aturan yang berlaku dimasyarakat.
- 5) Mencapai kemandirian emosional dari orang tua dan orang-orang dewasa lainnya. Remaja diharapkan dapat melepaskan diri dari kedekatan dan ketergantungan pada orang tua, dan dapat mandiri dlm bertindak dan mengambil keputusan.
- 6) Mempersiapkan karier ekonomi. Karier dan ekonomi sebaiknya dipersiapkan sejak masa remaja agar tidak lagi bingung dalam menghadapi pekerjaan dimasa yang akan datang.
- 7) Mempersiapkan perkawinan dan keluarga. Sejak remaja penting untuk mengetahui tentang perkawinan dan membina keluarga. Karena remaja juga dituntut bertanggung jawab dalam membina keluarga.
- 8) Memperoleh perangkat nilai dan sistem etis sebagai pegangan untuk berperilaku mengembangkan ideologi. Adanya nilai-nilai dan sistem etis yang dianut membuat remaja lebih berwawasan luar dn memiliki pegangan untuk berperilaku mengembangkan ideologi dan pemikiran.

B. Perilaku Konsumtif

1. Defenisi Perilaku Konsumtif.

Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang ditunjukan untuk konsumsi atau membeli secara berlebihan terhadap barang atau jasa yang menimbulkan pemborosan dan menggambarkan adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat keinginan yang mengutamakan kesenangan pribadi. Menurut Anggasari (dalam sumartono,2002). Perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang-barang yang tidak di perhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. perilaku konsumtif merupakan proses pembelian yang tidak terkontrol dan tidak rasional, hal ini secara nyata berdampak pada pemborosan dalam pengelolaan keuangan baik level pribadi maupun rumah tangga (Astuti, 2013)(dalam Pratiwi,2019).

Pendapat lain dikemukakan oleh Arsy (dalam Devya, 2015) mengatakan bahwa konsumtif merupakan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal, konsumtif yang biasanya digunakan untuk menunjukan perilaku konsumen yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok.

Dari beberapa pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah sebuah perilaku dari individu yang memenuhi kebutuhannya atas dasar keinginan bukan kebutuhan yang didasari oleh sebuah pertimbangan yang rasional sehingga menjadikan individu tersebut

berlebihan yang bersifat pemborosan.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif

Standon (dalam Pratiwi,2019) mengatakan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, yaitu :

a. Faktor-Faktor Kebudayaan :

a) Kebudayaan

Manusia dengan kemampuan akal budinya telah mengembangkan berbagai macam sistem perilaku demi keperluan hidupnya. Faktor budaya mempunyai pengaruh paling luas dan mendalam dalam perilaku konsumen. Kebudayaan merupakan simbol dan fakta yang kompleks, diciptakan manusia, dan diturunkan dari generasi ke generasi sebagai penentu dan pengatur perilaku manusia dalam masyarakat yang ada.

b) Sub-budaya

Setiap kebudayaan terdiri dari sub-budaya yang lebih kecil memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Setiap sub budaya tersebut memiliki pola tersendiri dalam menentukan produk yang akan mereka pergunakan yang akhirnya mempengaruhi pola konsumsinya.

c) Kelas Sosial

Kelas sosial adalah kelompok-kelompok yang relative homogeny dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang

tersusun secara hierarki dan keanggotaannya mempunyai nilai, minat dan perilaku yang sama. Status kelas sosial kerap menghasilkan bentuk-bentuk perilaku konsumen yang berbeda.

b. Faktor-Faktor Sosial :

a) Kelompok Referensi

Sawastha dan Handoko (2000), menyatakan bahwa manusia sejak lahir mempunyai keinginan untuk menjadi satu dengan lingkungannya dan berinteraksi dengan manusia lain. Keinginan tersebut menimbulkan kelompok sosial yaitu kesatuan sosial yang menjadi tempat individu berinteraksi satu sama lain. Kelompok sosial ini sering disebut juga sebagai kelompok acuan. Kelompok acuan adalah kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap pendirian atau perilaku seseorang.

b) Keluarga

Keluarga merupakan pengaruh utama dalam pembentukan sikap dan perilaku seseorang. Peranan setiap anggota keluarga dalam membeli berbeda-beda menurut barang yang akan dibelinya, anggota keluarga dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku membeli (Swastha dan Handoko, 2000).

c) Peran dan Status

Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok

selama hidupnya. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat didefinisikan dalam peran dan status. Keputusan seseorang dalam pembelian dipengaruhi oleh peranan status mereka didalam kelompok tersebut.

c. Faktor-Faktor Pribadi :

a) Umur dan tahapan dalam siklus hidup

Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup, seseorang akan mengkonsumsi suatu produk sesuai dengan kebutuhan mereka pada usia tertentu. Orang-Orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.

b) Pekerjaan

Seseorang mempengaruhi minat dalam membeli. Seseorang dengan pekerjaan yang berbeda tentunya akan mempunyai kebutuhan yang berbeda pula. Dan hal ini dapat menyebabkan seseorang berperilaku konsumtif untuk menyesuaikan diri dengan pekerjaannya.

c) Keadaan Ekonomi

Orang yang mempunyai uang yang akan cenderung lebih senang membelanjakan uangnya untuk membeli barang-barang, sedangkan orang dengan ekonomi rendah akan cenderung hemat.

d) Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup didunia yang

diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan “seseorang secara keseluruhan” yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang serta berkaitan dengan pemilihan produk-produk yang akan digunakan.

e) Kepribadian

Kepribadian dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk dari sifat-sifat yang ada pada individu yang sangat menentukan perilakunya. Kepribadian dapat diuraikan dalam sifat-sifat percaya diri, dominasi, kemudahan bergaul, otonomi, mempertahankan diri, menyesuaikan diri, dan keagresifan.

d. Faktor-Faktor psikologis meliputi :

a) Motivasi

Kohler (2006) motivasi atau dorongan adalah suatu kebutuhan yang dapat mendorong seseorang untuk bertindak. Motivasi seseorang dalam membeli adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan yang diserahkan untuk mengurangi rasa ketegangan.

b) Persepsi

Persepsi dapat didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memilih mengorganisasikan, mengartikan masukan

informasi untuk menciptakan sesuatu gambaran yang berarti untuk dapat mengambil suatu keputusan termasuk dalam mengkonsumsi produk.

c) Belajar

Perubahan perilaku terjadi karena adanya pengalaman. Proses belajar menggambarkan perubahan dalam perilaku individu yang bersumber dari pengalaman. Proses pembelian oleh konsumen merupakan proses belajar yang terjadi bila konsumen ingin menanggapi dan memperoleh suatu kepuasan.

d) Kepercayaan

Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu. Jika telah memiliki kepercayaan terhadap suatu produk, maka orang tersebut mudah terbujuk untuk mengkonsumsi produk tersebut. Perilaku konsumtif merupakan bagian dari perilaku konsumen sehingga dapat didekati dengan pendekatan teori perilaku konsumen. Perilaku konsumen dalam membeli barang dipengaruhi oleh berbagai faktor, dan dikategorikan menjadi dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal menurut Engel dkk (dalam Hasibuan, 2010).

e. Faktor Internal

a) Motivasi

Kebanyakan dari kebutuhan yang tidak cukup kuat untuk memotivasi seseorang untuk bertindak pada suatu saat tertentu. Suatu kebutuhan akan berubah menjadi motif apabila kebutuhan ini telah mencapai tingkat tertentu. Motif adalah suatu kebutuhan yang cukup menekan seseorang untuk mengejar kepuasan seseorang akan melakukan perilaku konsumtif berdasarkan kebutuhan yang mereka miliki.

b) Kepribadian

Faktor ini mempengaruhi perilaku konsumtif dalam pengambilan keputusan pembelian. Kepribadian dalam perilaku konsumtif didefinisikan sebagai respon yang konsisten terhadap stimulasi lingkungan.

c) Proses

Merupakan aktifitas manusia yang dilakukan sepanjang hidupnya. Pembelajaran adalah hasil dari pemrosesan informasi secara sadar (pada perilaku membeli produk yang memerlukan keterlibatan tinggi). Tidak sadar ataupun tidak terfokus (pada perilaku membeli produk yang tidak memerlukan keterlibatan tinggi).

d) Sikap

Sikap merupakan evaluasi, perasaan, emosional, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak

menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap suatu objek atau gagasan.

e) Gaya Hidup

Perilaku konsumtif sebagai pola aktifitas, minat dan pendapat konsumtif yang konsisten dengan kebutuhan dan nilai-nilai yang dianutnya. Gaya hidup selalu berkaitan dengan pilihan barang dan jasa yang dipergunakan.

f. Faktor Eksternal

a) Kebudayaan

Budaya merupakan milik bersama dalam suatu masyarakat atau komunitas dan budaya juga bersifat dinamis. Dalam setiap budaya terdapat nilai-nilai dasar yang mendominasi perilaku, konsep diri yang ideal dan sosial prioritas hidup, dan sebagai konsumen berperan dalam pemilihan produk.

b) Kelas Sosial

Setiap kelas sosial terdapat suatu faktor-faktor gaya hidup yang spesifik (keyakinan, setiap kegiatan, dan perilaku yang sama) yang dapat membedakan anggota-anggota satu kelas sosial dari anggota-anggota kelas sosial lainnya.

c) Keluarga

Anggota keluarga pembeli dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembeli. Keluarga dan anak keluarga, terutama dalam budaya yang cenderung kolektif

(bukan individu) sangat menentukan perilaku pilihan produk dan aktifitas pembelian.

d) Kelompok

Orang sering dipengaruhi oleh kelompok dimana ia menjadi anggotanya. Kelompok dapat mempengaruhi orang pada perilaku dan gaya hidup. Mereka dapat mempengaruhi pemilihan produk dan merek yang dipilih seseorang.

Dari uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa factor – factor yang memengaruhi perilaku konsumtif adalah factor internal yaitu, motivasi, proses belajar dan pengalaman, kepribadian dan konsep diri, keadaan ekonomi, gaya hidup dan sikap. Juga adanya factor eksternal yaitu, factor kebudayaan, kelas social, keluarga dan kelompok acuan.

3. Aspek-aspek perilaku konsumtif

Aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Lina & Rosyid,(1997) (dalam Lestarina, dkk. 2017)

a. Pembelian Impulsif (Impulsive buying)

Aspek ini menunjukkan bahwa seorang berperilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba/ keinginan sesaat, dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional.

b. Pemborosan (Wasteful buying)

Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghambur-hamburkan banyak dana tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas. Perilaku konsumtif juga cenderung bermakna pemborosan yang dampak negatifnya bagi kehidupan remaja. Menurut pandangan psikologi agama, ajaran agama membuat norma-norma yang dapat dijadikan pedoman dan pemeluknya dalam bersikap dan berperilaku. Norma-norma tersebut mengacu kepada pembentukan kepribadian dan keselarasan hubungan sosial dengan upaya memenuhi ketaatan kepada Dzat yang supernatural (Heni, 2013).

c. Mencari kesenangan (Non rational buying)

Suatu perilaku dimana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan. Salah satu yang dicari adalah kenyamanan fisik dimana para remaja dalam hal ini dilatarbelakangi oleh sifat remaja yang akan merasa senang dan nyaman ketika dia memakai barang yang dapat membuatnya lain dari pada yang lain dan membuatnya merasa trendy.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif seorang remaja dapat dipengaruhi oleh beberapa aspek yang mendasari perilaku itu terjadi seperti pembelian impulsif, pemborosan, dan mencari kesenangan.

4. Karakteristik perilaku konsumtif

Menurut Sumartono (2002) (dalam Hierofani,2020), karakteristik perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah.

Pembelian barang tidak lagi melihat manfaatnya akan tetapi tujuannya hanya untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan.

- b. Membeli produk karena kemasannya menarik.

Individu tertarik untuk membeli suatu barang karena kemasannya yang berbeda dari yang lainnya. Kemasan suatu barang yang menarik dan unik akan membuat seseorang membeli barang tersebut.

- c. Membeli produk demi menjaga penampilan gengsi.

Gengsi membuat individu lebih memilih membeli barang yang dianggap dapat menjaga penampilan diri, dari pada membeli barang lain yang lebih dibutuhkan.

- d. Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat).

Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol atau status.

Individu menganggap barang yang digunakan adalah suatu simbol dari status sosialnya. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren di mata orang

lain.

- f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk.

Individu memakai sebuah barang karena tertarik untuk bisa menjadi seperti model iklan tersebut, ataupun karena model yang diiklankan adalah seorang idola dari pembeli.

Berdasarkan karakteristik diatas dapat diambil kesimpulannya bahwa yang menjadi ciri-ciri dalam berperilaku konsumtif yaitu membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan gengsi, membeli produk berdasarkan pertimbangan harga, membeli produk hanya sekedar menjaga symbol atau status dan memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.

C. Gaya Hidup Hedonis

1. Defenisi gaya hidup hedonis

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia hedonisme adalah pandangan yang menganggap kesenangan dan kenikmatan materi sebagai tujuan utama dalam hidup. Hedonisme dari kata “hedone” (Yunani) yang berarti kesenangan, hedonisme adalah pandangan moral bahwa hal yang baik hanya kesenangan. Hedonisme adalah pandangan hidup yang menganggap bahwa orang akan menjadi bahagia dengan mencari kebahagiaan sebanyak mungkin dan sedapat mungkin

menghindari perasaan-perasaan yang menyakitkan (Setianingsih,2018) .

Berikut ini dikemukakan beberapa pengertian gaya hidup menurut para ahli. Plummer (dalam arga,2012) mengemukakan bahwa gaya hidup adalah cara hidup individu yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam hidupnya(ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang duni sekitarnya. Pendapat ini berarti bahwa gaya hidup adalah hal yang paling berpengaruh pada sikap dan perilaku seseorang dalam hubungannya dalam tiga hal utama dalam kehidupan yaitu pekerjaan, persahabatan, dan cinta.

Nadsir dan Ingarianti (2015) mengungkapkan bahwa gaya hidup hedonis merupakan suatu pola hidup seseorang yang melakukan aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, menghabiskan waktunya diluar rumah untuk bersenang-senang dengan temannya, gemar membeli barang yang tidak dibutuhkan, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian di lingkungan sekitarnya.

Berdasarkan beberapa pendapat teori para ahli maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup hedonis adalah pola hidup seseorang dengan lingkungannya yang hanya mencari kesenangan dan kenikmatan hidup dengan cara menghabiskan waktu, uang, melakukan apapun yang membuat dirinya merasa senang dan lebih mementingkan keinginannya dibandingkan dengan kebutuhannya yang mengakibatkan pemborosan.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup hedonis

Gaya hidup seseorang dapat berbeda satu sama lainnya. Dari perbedaan tersebut akan tercipta berbagai macam gaya hidup dan trend yang bermacam-macam. Seperti halnya gaya hidup hedonis, sebelum terjadinya gaya hidup hedonis pada seorang individu pasti memiliki faktor yang dapat mempengaruhinya. Berikut ini dikemukakan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi gaya hidup hedonis pada seseorang menurut beberapa ahli.

Kotler (1997) (Rachma,2017), mengemukakan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi gaya hidup hedonis seseorang ada dua yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal).

a. Faktor internal yaitu sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dengan penjelasannya sebagai berikut:

1) Sikap

Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberi tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan, dan lingkungan sosialnya.

2) Pengalaman dan pengamatan

Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dan tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya di masa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman

sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.

3) Kepribadian

Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berprilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

4) Konsep diri

Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri. Konsep diri sudah menjadi pendekatan yang dikenal amat luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan image merek. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dan menghadapi permasalahan hidupnya, karena konsep diri merupakan *frame of reference* yang menjadi awal perilaku.

5) Motif

Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

6) Persepsi

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

b. Adapun faktor eksternal dijelaskan oleh Kotler (1997) sebagai berikut:

1) Kelompok referensi

Kelompok referensi adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana individu tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidak menjadi anggota didalam kelompoknya tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapi individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

2) Keluarga

Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.

3) Kelas sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minta, dan tingkah laku yang sama. Ada dua unsur pokok dalam sistem sosial pembagian

kelas dalam masyarakat, yaitu kedudukan (status) dan peranan. Kedudukan sosial artinya tempat seseorang dalam lingkungan pergaulan, prestise hak-haknya serta kewajibannya. Kedudukan sosial ini dapat dicapai oleh seseorang dengan usaha yang sengaja maupun diperoleh karena kelahiran. Apabila individu melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka ia menjalankan suatu peranan.

4) Kebudayaan

Kebudayaan meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, dan istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatif, meliputi ciri-ciri pola pikir, merasakan dan tindakan.

Loundon dan Bitta (dalam Martha dkk, 2008) lebih mengemukakan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi gaya hidup hedonis adalah budaya, nilai, demografi, kelas sosial, kelompok rujukan atau kelompok acuan, keluarga, kepribadian, motivasi dan juga emosi.

Berdasarkan uraian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa gaya hidup hedonis dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup hedonis itu ada dua sisi yaitu faktor internal dan

faktor eksternal. Faktor internal berasal dari dalam diri individu, seperti sikap, kepribadian dan lain sebagainya. Sedangkan faktor eksternal berasal dari luar individu, seperti kebudayaan, keluarga, dan sosial.

3. Aspek-aspek gaya hidup hedonis

Menurut Well dan Tigert (dalam Maisyaroh,2016) aspek-aspek gaya hidup hedonis adalah sebagai berikut:

a. Minat

Minat diartikan sebagai apa yang menarik dari suatu lingkungan individu tersebut memperhatikannya. Minat dapat muncul terhadap suatu objek, peristiwa, atau topik yang menekankan pada unsur kesenangan hidup. Antara lain adalah fashion, makanan, benda-benda mewah, tempat berkumpul, dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.

b. Aktivitas

Aktivitas yang dimaksud adalah cara individu menggunakan waktunya yang berwujud tindakan nyata yang dapat dilihat. Misalnya lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak membeli barang-barang yang kurang diperlukan, pergi ke pusat pembelanjaan dan cafe.

c. Opini

Opini adalah pendapat seseorang yang diberikan dalam memproses situasi ketika muncul pertanyaan-pertanyaan atau tentang isu-isu soisal dan produk-produk yang berkaitan dengan hidup.

Berdasarkan aspek-aspek diatas, maka dapat disimpulkan bahwa terbentuknya gaya hidup hedonis memiliki beberapa aspek, yakni minat, aktivitas, dan opini.

4. Karakteristik Gaya Hidup Hedonis

Swastha (Putri, 2009) (dalam Pratiwi,2019) mengatakan bahwa karakteristik dari individu yang memiliki gaya hidup hedonis adalah:

- a. Suka mencari perhatian
- b. Cenderung impulsive
- c. Cenderung follower (ikut-ikutan)
- d. Kurang rasional
- e. Mudah dipengaruhi

Sementara menurut Susanto (Martha, 2010)(dalam Pratiwi 2019) menyatakan bahwa atribut kecenderungan gaya hidup hedonis meliputi lebih senang mengisi waktu luang di mal, kafe dan restoran-restoran makanan siap saji (fast food), serta memiliki sejumlah barang-barang dengan merek prestisius.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa karakteristik gaya hidup hedonis dapat dilihat dari berbagai atribut gaya hidup hedonis yaitu suka mencari perhatian, cenderung impulsif, kurang rasional, cenderung ikutikutan, mudah dipengaruhi, senang mengisi waktu luang di tempat.

D. Hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif

Berdasarkan penelitian Anggraini dan Santhoso dewasa ini, perilaku konsumtif telah melanda semua kalangan masyarakat salah satunya ialah kaum remaja. Menurut Bush (Hylander, 2013) remaja merupakan salah satu kelompok yang sangat potensial bagi pemasaran produk mereka, sehingga remaja tumbuh dalam budaya konsume-risme yang membuat remaja terlibat dalam perilaku konsumtif.

Menurut Sumartono (2002) perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan yang dilakukan secara berlebihan terhadap penggunaan suatu produk. Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk membeli atau mengkomsumsi barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan tanpa didasari pertimbangan rasional.

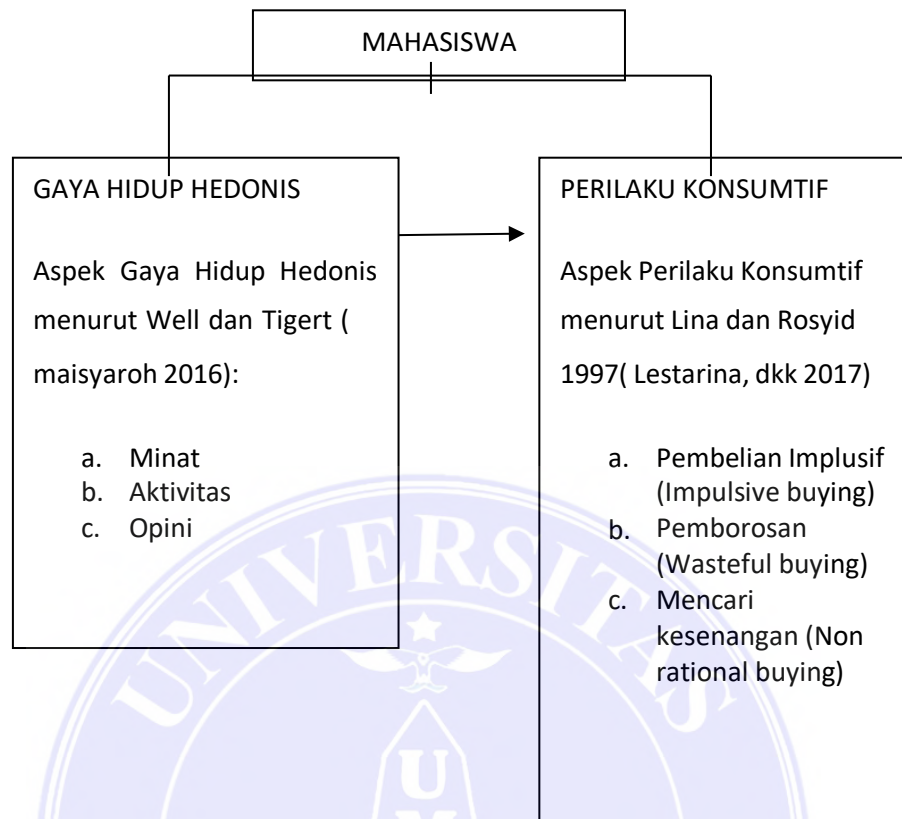
Salah satu yang menyebabkan adanya perilaku konsumtif adalah gaya hidup. Hawkins mengungkapkan bahwa gaya hidup yang dianut oleh seseorang akan berpengaruh terhadap kebutuhan, keinginan, serta perilakunya termasuk perilaku membeli. Gaya hidup yang semakin bertambah, mengarah pada gaya hidup hedonis. Gaya hidup hedonis adalah individu yang memandang secara positif mengenai kesenangan dan akan mengambil atau memanfaatkan sekecil apapun untuk menapai kesenangan yang diharapkan. Manusia pada umumnya selalu menginginkan kesenangan dan kenikmatan dalam hidupnya. Akan tetapi, kesenangan atau kebahagiaan yang terdapat dalam gaya hidup hedonis masa kini hanya sekedar kesenangan dunia yang cenderung berdampak negatif.

Nadsir dan Ingarianti (2015) mengungkapkan bahwa gaya hidup

hedonis merupakan suatu pola hidup seseorang yang melakukan aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, menghabiskan waktunya diluar rumah untuk bersenang-senang dengan temannya, gemar membeli barang yang tidak dibuuhkan, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian di lingkungan sekitarnya. Maka gaya hidup hedonis merupakan penyebab utama perilaku konsumtif yang sering terjadi di kalangan mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki gaya hidup hedonis akan selalu mengutamakan yang bukan menjadi kebutuhan dalam hidupnya, sehingga terjadinya perilaku konsumtif yang mendorong mereka untuk belanja tanpa harus berpikir panjang terlebih dahulu..

Hasil penelitian Hariyono (2015) (dalam Anggraini & Santhoso 2017) menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki hubungan positif dengan perilaku konsumtif pada remaja. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa gaya hidup seseorang akan mempengaruhi kebutuhan, keinginan dan perilaku membeli seseorang. Gaya hidup telah menjadi motivasi dasar dalam membeli sesuatu.

E. Kerangka Konseptual



F. Hipotesis

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada hubungan positif antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif. Artinya, semakin tinggi tingkat gaya hidup hedonis maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Sebaliknya, jika semakin rendah tingkat gaya hidup hedonis akan semakin rendah perilaku konsumtif.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur biasanya dengan instrumen-instrumen penelitian sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan produser-produser statistik. Laporan akhir untuk penelitian ini pada umumnya memiliki struktur yang ketat dan konsisten mulai dari pendahuluan, tinjauan pustaka, landasan teori, metode penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan (Craswell, 2008). Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa.

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel berarti karakteristik atau atribut yang dimiliki seseorang person atau organisasi. Atribut ini bisa diukur dan diteliti serta berbeda diantar masing-masing orang atau organisasi yang dijadikan subjek dalam setiap penelitian. Sebuah variabel biasanya beragam dan memiliki dua atau lebih kategori atau berbeda dalam sebuah rangkain skor yang bisa diukur (Craswell,2007). Oleh karena itu peneliti telah menetapkan dua variabel

dalam penelitian ini. Variabel-variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Bebas : Gaya hidup hedonis
2. Variabel Terikat : Perilaku konsumtif

C. Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Defenisi operasional variabel penelitian merupakan semacam petunjuk pelaksanaan dalam mengukur suatu variabel penelitian. Dalam riset ini, definisi operasional variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Gaya hidup hedonis

Gaya hidup hedonis adalah pola hidup seseorang dengan lingkungannya yang hanya mencari kesenangan dan kenikmatan hidup dengan cara menghabiskan waktu, uang, melakukan apapun yang membuat dirinya merasa senang dan lebih mementingkan keinginannya dibandingkan dengan kebutuhannya yang mengakibatkan pemborosan. Gaya hidup hedonis dalam penelitian diukur dengan menggunakan aspek-aspek gaya hidup hedonis yang disusun oleh peneliti berdasarkan teori well dan Tigert yaitu minat, aktivitas dan opini.

2. Perilaku konsumtif

Perilaku konsumtif adalah sebuah perilaku dari individu yang memenuhi kebutuhannya atas dasar keinginan bukan kebutuhan yang

didasari oleh sebuah pertimbangan yang rasional sehingga menjadikan individu tersebut berlebihan yang bersifat pemborosan. Perilaku konsumtif dalam penelitian diukur dengan menggunakan aspek-aspek, yaitu pembelian impulsif, pemborosan dan mencari kesenangan.

D. Subjek Penelitian

1. Populasi

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Psikologi stambuk 2019 Universitas Medan Area yang masih aktif sekitar 291 orang.

2. Sampel

Menurut sugiyono (2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling yang berjumlah sekitar 52 orang, penentuan sampel didasari pada karakteristik atau ciri-ciri tertentu berdasarkan ciri atau sifat populasi (Pratiwi, 2019) tersebut adalah :

- a. Mahasiswa kampus 1 Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
- b. Berkisar umur 18-22 tahun

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang akan digunakan untuk pengumpulan data pada penelitian adalah metode kuantitatif dengan skala sebagai alat pengumpulan data. Skala adalah usaha untuk mengumpulkan informasi dengan menyampaikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab secara tertulis oleh responden penelitian.

Dalam penelitian ini bentuk skala yang digunakan adalah skala likert. Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekompok orang tentang fenomena social (sugiyono,2014).

F. Validitas dan Reabilitas alat Ukur

1. Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur legal ataupun valid tidaknya sesuatu kuesioner. Sesuatu kuesioner dikatakan valid bila pertanyaan pada kuesioner dapat untuk mengatakan sesuatu yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut. Sugiyono (2018) mengemukakan jika Hasil riset yang valid apabila ada kesamaan antara informasi yang terkumpul dengan informasi yang sebetulnya terjalin pada obyek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan buat mendapatkan informasi(mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut bisa digunakan untuk mengukur apa yang semestinya diukur". Untuk menguji validitas pada masing- masing item,

ialah dengan mengkorelasikan skor masing- masing butir dengan skor total yang merupakan jumlah masing- masing skor butir. Bila koefisien korelasinya sama ataupun di atas 0,30 maka item tersebut dinyatakan valid, namun bila nilai korelasinya kurang dari 0,30 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Reliabilitas

Reliabilitas menampilkan sepanjang mana konsistensi hasil pengukuran apabila dicoba pengukuran ulang terhadap indikasi yang sama dengan perlengkapan ukur yang sama. uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur sesuatu kuesioner yang merupakan penanda dari variabel ataupun konstruk. Sesuatu kuesioner dikatakan reliabel ataupun handal bila jawaban responden terhadap pertanyaan merupakan konsisten ataupun stabil dari waktu ke waktu. Sugiyono (2018) melaporkan riset yang reliabel merupakan: "... apabila ada kesamaan informasi dalam waktu yang berbeda". Uji reliabilitas alat ukur ini memakai pendekatan Single trial administration, ialah tes akan disajikan hanya satu kali pada kelompok orang selaku subjek, pendekatan ini mempunyai mempunyai nilai instan serta efektif yang besar. Metode yang digunakan merupakan metode koefisien Alpha Cronbach yang akan menghasilkan reliabilitas dari skala persepsi dukungan organisasi serta kesejahteraan psikologis. Untuk mengenali reliabilitas alat ukur maka digunakan rumus koefisien alpha sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} : reabilitras instrument

k : banyaknya butir pertanyaan atau banyaknyasoal

$\sum \sigma_b^2$: jumlah varian butir item

σ_t^2 : jumlah varian butir/item

Jumlah varian dicari terlebih dahulu dengan cara mencari nilai

varian tiap butir dengan persamaan sebagai berikut :

$$s = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

Keterangan :

S : varian

X : nilai skor yang dipilih

n : jumlah sampel

G. Analisa Data

Penelitian ini dilakukan untuk melihat Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa adalah korelasi *Pearson product moment*.

Korelasi *Pearson product moment* merupakan teknik korelasi yang memperlihatkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara dua variabel dimana kedua variabel memiliki data berskala interval. Selain itu, analisis ini juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Hadi, 2000). Adapun rumus korelasi *Pearson product moment* yang digunakan adalah:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - n(\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

$\sum XY$ = Jumlah hasil perkalian antara variabel X dan Y.

$\sum X$ = Jumlah skor keseluruhan subjek setiap item.

$\sum Y$ = Jumlah skor keseluruhan item pada subjek.

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor X.

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat skor Y.

N = Jumlah subjek.

$(\sum x)^2$ = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan.

$(\sum y)^2$ = Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah distribusi data penelitian setiap masing-masing variabel telah menyebar secara normal.

2. Linieritas

Uji Linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah data variabel X (kesejahteraan psikologis) dan variabel Y (persepsi dukungan organisasi) memiliki hubungan linier atau tidak. Uji linieritas dilakukan dengan menggunakan uji F (Anova) dengan bantuan SPSS *versi 22.0 for windows*. Data dapat dikatakan linier apabila nilai $p < 0.05$ dan jika $p > 0.05$ maka data dikatakan tidak linier.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan di uraikan simpulan dan saran yang berhubungan dengan hasil penelitian yang di dapatkan oleh peneliti.

A. Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang sudah diperoleh, maka peneliti menyimpulkan sebagai berikut:

1. Dari hasil analisis menggunakan metode korelasi *product moment*, diketahui bahwa ada hubungan positif antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi fakultas psikologi stambuk 2019 di universitas medan area. Dimana nilai koefisien korelasi $r_{xy} = 0,623$, dengan signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif, dan dapat dikatakan bahwa semakin tinggi gaya hidup hedonis maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada mahasiwi fakultas psikologi stambuk 2019 di universitas medan area, dan sebaliknya. Dengan itu maka hipotesis dari penelitian ini diterima.
2. Koefisien Determinan (r^2) dari hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif mempunyai nilai $r^2 = 0,623$. Hal itu menunjukkan jika gaya hidup hedonis berdistribusi sebesar 38,8% terhadap perilaku konsumtif.

3. Melalui hasil analisis penelitian ini, diketahui jika mahasiswa dari fakultas psikologi stambuk 2019 di universitas medan area mempunyai gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif yang tergolong tinggi. Gaya hidup hedonis memiliki nilai mean hipotetik $60 <$ dari nilai empirik 78,83 dimana selisihnya melebihi SB/SD yaitu sebesar 12,138 dan perilaku konsumtif memiliki nilai mean hipotetik $60 <$ dari nilai empiric 77,81 dimana selisihnya melebihi SB/SD yaitu sebesar 10,920.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dibuat, maka yang dapat disarankan oleh peneliti yaitu sebagai berikut ini:

1. Bagi Mahasiswa
 - a. Mahasiwi hendaknya mengendalikan pola hidup berlebihan agar tidak terjerumus dalam perilaku konsumtif.
 - b. Mahasiswi sebaiknya mampu mengendalikan diri sehingga terhindar dari dampak negative perilaku konsumtif.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti mengenai perilaku konsumtif , disarankan untuk mengkaji factor lainnya yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Selain itu peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah subyek yang

lebih banyak, memperlihatkan situasi dan kondisi subyek saat penelitian agar hasil sesuai dengan fenomena yang sebenarnya serta memperluas cakupan subyek agar hasil penelitian dapat digenerasikan.



DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gadjah Mada Journal Of Psychology*. 3,(3), 131-140.
- Azizah, F, N., & Indrawati, E, S., (2015). Kontrol Diri dan Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*. 4 (4). 156-162.
- Creswell, Jhon W. 2016. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Erlinawati, A, M. (2009). *Kecenderungan Perilaku Asertif Pada Remaja Akhir di Yogyakarta*. Skripsi. Fakultas Psikologi. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Hasmayni, B. (2020). The Difference of Academic Procrastination between Students Who Are Active and Not Active in Organizations Student Activity Units in the Faculty of Psychology, University of Medan Area. *Britain International of Linguistics Arts and Education (BIoLAE) Journal*, 2(1), 411-421.
- Hasmayni, B. Relationship between Service Quality and the Students' Loyalty in Using Railway Services of Sribilah Medan in Indonesia.
- Hasmayni, B. (2019). Prediction of Junior High School National Examination Score on the Learning Achievement In High School Students In Medan. *Prosiding Seminar International. NICCT*. In Proceedings of the First Nommensen International Conference on Creativity & Technology, NICCT. Jilid (Vol. 1, pp. 2-19).
- Hasmayni, B., Siregar, F. H., & Aziz, A. (2019, December).

Establishment of Character Through Boarding School Education in Students in Pondok Pesantren. In 4th Annual International Seminar on Transformative Education and Educational Leadership (AISTEEL 2019) (pp. 318-321).

Hasmayni, B. (2014). Hubungan antara kepercayaan diri dengan penyesuaian diri remaja. *Analitika: Jurnal Magister Psikologi UMA*, 6(2), 98-104.

Hasmayni, B., & Lumbanbatu, J. S. (2019). GAMBARAN LIFELIFESTYLE PADA MAHASISWA FAKULTAS PSIKOLOGI PENGGUNA iPHONE DI UNIVERSITAS MEDAN AREA. *JURNAL TEKNOLOGI KESEHATAN DAN ILMU SOSIAL (TEKESNOS)*, 1(1), 9-16.

Hierofani, H, N. (2020). *Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Psikologi Angkatan 2016 UIN Maliki Malang*. Skripsi. Fakultas Psikologi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim: Malang.

Hurlock, E, B. (1980). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta : Erlangga

Hurlock, E, B. (2004). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.

Jannah, M. (2016). Remaja dan Tugas-tugas Perkembangannya Dalam Islam. *Jurnal Psikoislamedia*. 1 (1). 243-255

Khairat, M., Yusri, N., & Yuliana, S. (2018). Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Islam Al-Qalb*. 10, (2). 130-139.

Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny., & Harlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *Jurnal Riset Tindakan Indonesia*. 2, (2). 1-6.

Maisyaroh, S. (2016). *Hubungan Harga Diri dan Gaya Hidup*

- Hedonis Terhadap Kecenderungan Pembelian Kompulsif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Uin Maliki Malang*. Skripsi. Fakultas Psikologi. Universitas Islam Negeri Maulana Maliki: Malang.
- Pratiwi, R, I. (2019). *Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Produk Skincare Pada Mahasiswi Universitas Medan Area Fakultas psikologi*. Skripsi. Fakultas Psikologi. Universitas Medan Area.
- Rachma, D, A. (2017). *Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif Fashion Pakaian Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Angkatan 2015 Uin Maliki Malang*. Skripsi. Fakultas Psikologi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim: Malang.
- Santrock, J, W. Remaja (2017). *Remaja, Edisi Kesebelas*. Jakarta: Erlangga.
- Satriya, T, H, Y. (2008). *Hubungan Antara Harga Diri dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja di Yogyakarta*. Skripsi Fakultas Psikologi. Universitas Sanata Dharma: Yogyakarta.
- Setianingsih, E. S. (2018). Wabah Gaya Hidup Hedonisme Mengancam Moral Anak. *Malih Peddas Majalah Ilmiah Pendidikan Dasar*. 8,(2). 139-150.
- Sugiyono. (2018) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.



LAMPIRAN I
SKALA GAYA HIDUP HEDONIS &
PERILAKU KONSUMTIF

KUESIONER PENELITIAN

Identitas Responden :

- Nama/Inisial : _____
- Usia : _____
- No Handphone: _____

Petunjuk Pengisian :

1. Baca dan pahami pernyataan-pernyataan pada skala tersebut.
2. Anda diminta untuk menjawab dengan jujur, sesuai dengan kondisi diri anda sendiri. Tidak ada jawaban yang salah, semua jawaban yang diberikan adalah benar.
3. Pilihlah satu dari empat jawaban yang tersedia, yang paling sesuai dengan diri anda dengan memberi tanda (√) pada jawaban yang anda pilih, yaitu :
 - SS (Sangat Setuju)
 - S (Setuju)
 - TS (Tidak Setuju)
 - STS (Sangat Tidak Setuju)

A. Skala Perilaku Konsumtif

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya selalu membeli produk yang sedang trending				
2	Saya selalu membeli produk yang kemasannya menarik				
3	Saya tidak tertarik dengan barang-barang yang mahal				
4	Saya tidak mudah tertarik dengan produk yang di iklankan di tv				
5	Saya tidak tertarik membeli aksesories yang tidak benar-benar saya butuhkan				
6	Produk yang saya beli sering kali tidak terpakai				
7	Saya tidak begitu mengikuti produk-produk yang sedang trending				
6	Saya mudah tertarik dengan berbagai tawaran produk walaupun belum tentu bermanfaat				
9	Saya selalu membeli produk baru walaupun masih ada yang lama				
10	Saya tidak pernah memperdulikan pengeluaran ketika ingin membeli barang				
11	Saya merasa senang jika produk yang saya miliki dipuji				
12	Setiap ada accessories baru saya membelinya untuk mendukung penampilan saya				
13	Jika saya melihat produk baru diiklankan di tv saya langsung tertarik untuk membelinya				
14	Saya suka membeli prosuk yang manfaatnya sama walaupun mereknya berbeda				
15	Saya merasa senang ketika membeli prosuk yang mahal				
16	Ketika produk yang saya pakai sudah habis saya akan membeli produk yang baru				
17	Saya tidak tertarik dengan barang yang beli 1 gratis 1				
18	Saya tidak terpengaruh dengan kemasan yang menarik				
19	Saya hanya membeli produk yang sudah tau manfaatnya				
20	Saya hanya membeli satu merek produk kalau manfaatnya sama				

21	Saya selalu mempertimbangkan pengeluaran ketika membeli sesuatu				
22	Saya selalu menggunakan produk yang saya beli				
23	Saya akan membeli produk yang beli 1 gratis 1				
24	Saya membeli produk bukan untuk dipuji				
25	Saya membeli barang untuk memuaskan keinginan saya				



B. Skala Gaya Hidup Hedonis

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya senang ketika menjadi pusat perhatian orang lain				
2	Setiap ada produk yang baru saya membelinya untuk mendukung penampilan saya				
3	Saya tidak tertarik dengan rayuan penjual ketika membeli produk				
4	Saya membiasakan diri agar hidup hemat dan tidak boros				
5	Ketika ada waktu luang saya akan gunakan untuk pergi ke mall bersama teman-teman				
6	Menurut saya mengetahui tentang fashion itu sangat penting				
7	Saya perlu mengikuti trend gaya hidup agar tidak dianggap kurang pergaulan				
8	Saya lebih senang dirumah dari pada pergi ke kafe				
9	Saya akan menggunakan produk yang direkomendasikan teman-teman saya				
10	Saya tidak tertarik dengan produk yang sedang trend				
11	Ketika memakai produk yang bermerek saya lebih percaya diri				
12	Saya tidak mementingkan tentang fashion				
13	Bagi saya trend atau mode tidak harus diikuti				
14	Saya tidak tertarik dengan barang-barang yang bermerek				
15	Saya mudah tertarik dengan produk yang sedang trend				
16	Saya membeli semua apapun yang saya inginkan				
17	Saya menggunakan produk tanpa ikut-ikutan teman				
18	Saya senang untuk mendatangi kafe baru yang sedang hits				
19	Saya senang menghabiskan waktu ke pusat perbelanjaan				
20	Saya tidak suka pergi ke mall karena mendatangkan rugi dari pada manfaat				
21	Saya membeli produk karena rayuan penjual				
22	Saya selalu berpenampilan sederhana agar tidak diperhatikan orang lain				
23	Saya tidak tertarik dengan produk yang tidak benar-benar saya butuhkan				

24	Saya senang menghabiskan waktu bersama teman-teman saya				
25	Saya lebih suka menghabiskan waktu dirumah dari pada ditempat umum				
26	Saya tidak suka menghabiskan waktu yang tidak bermanfaat				





No	Aitem Perilaku Konsumtif																									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
1	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	88
2	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	88
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	93
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	92
5	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	91
6	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	85
7	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	85
8	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	88
9	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	87
10	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	89
11	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	79
12	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	86
13	2	2	3	2	1	3	2	4	2	1	3	1	2	3	2	3	3	2	3	1	2	2	3	2	4	59
14	2	3	3	3	4	2	2	3	2	1	2	1	2	1	2	1	3	3	2	3	2	1	4	1	2	55
15	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	3	2	2	2	2	1	3	1	4	52
16	2	2	3	2	2	1	3	1	1	1	3	2	2	2	3	3	3	3	1	2	2	2	3	2	2	53
17	1	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	1	56	
18	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	1	3	3	3	4	81	
19	2	3	3	2	2	4	3	2	2	3	3	2	2	3	1	3	3	1	1	1	1	3	3	1	4	60
20	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	4	1	2	3	4	1	4	1	1	1	1	1	4	2	4	57
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	75
22	4	3	3	4	1	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	80	
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	100
24	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	87
25	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	82
26	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	89
27	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	88
28	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	85
29	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	2	3	3	3	2	4	4	82
30	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	4	85
31	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	80
32	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	87
33	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	2	3	3	2	4	4	86
34	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	87
35	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	91
36	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	85
37	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	86
38	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	2	3	3	2	3	4	4	82
39	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	2	2	4	3	3	4	4	84
40	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	4	83
41	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	83
42	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	1	2	4	2	3	3	3	2	4	4	77
43	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	84
44	4	4	3	3	3	3	1	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	78
45	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	88
46	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	88
47	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	78
48	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	81
49	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	1	4	80	
50	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	4	78
51	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	79
52	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	85

No	A i t e m Gaya Hidup Hedonis																										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	
1	4	4	3	3	4	4	4	3	2	1	2	3	3	1	4	2	3	4	2	1	2	3	1	2	3	1	69
2	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	91
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	99
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	97
5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	97
6	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	88
7	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	95
8	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	92
9	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	90
10	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	80
11	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	91
12	2	2	2	1	1	4	4	1	3	1	4	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	1	1	4	1	1	58
13	2	2	1	1	1	3	2	2	1	2	1	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	2	2	44
14	2	2	2	1	3	3	4	2	2	3	3	3	2	3	2	4	1	2	3	3	2	2	1	3	2	2	62
15	2	2	2	2	2	4	3	2	2	3	2	3	2	4	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	64
16	1	2	2	2	2	3	1	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	1	2	57
17	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	86
18	2	2	3	1	2	4	1	1	2	3	4	4	3	4	2	3	1	1	3	2	1	1	1	2	1	1	55
19	3	2	2	2	1	4	4	2	3	2	4	4	4	4	2	2	2	2	4	1	1	4	1	3	1	1	65
20	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	77
21	3	4	4	3	2	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	1	4	4	3	3	4	4	4	4	91
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	101
23	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	91
24	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	91
25	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	92
26	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	92
27	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	1	4	4	3	4	3	4	4	3	3	90
28	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	3	3	4	4	3	1	91
29	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	95
30	4	4	3	3	4	4	4	1	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	90
31	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	89
32	4	4	3	3	4	4	4	2	3	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	89
33	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	93
34	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	91
35	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	92
36	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	80
37	4	4	3	2	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	93
38	4	4	3	2	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	91
39	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	90
40	3	3	4	2	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	90
41	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	90
42	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	91
43	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	2	4	4	3	3	4	4	4	3	3	90
44	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	92
45	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	92
46	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	94
47	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	2	4	2	4	1	4	1	3	3	3	3	86
48	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	89
49	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	2	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	86
50	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	89
51	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	2	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	90
52	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	92



A. Skala Gaya Hidup Hedonis Reliability

Scale: Skala Gaya Hidup Hedonis

Case Processing Summary

	N	%
Valid	52	100,0
Cases Excluded ^a	0	,0
Total	52	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,950	26

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
GH1	3,58	,750	52
GH2	3,58	,723	52
GH3	3,10	,634	52
GH4	2,83	,706	52

GH5	3,42	,893	52
GH6	3,83	,382	52
GH7	3,71	,696	52
GH8	2,92	,737	52
GH9	3,31	,729	52
GH10	3,19	,768	52
GH11	3,58	,723	52
GH12	3,48	,505	52
GH13	3,38	,599	52
GH14	3,46	,609	52
GH15	3,56	,802	52
GH16	3,60	,748	52
GH17	2,75	,653	52
GH18	3,54	,874	52
GH19	3,62	,631	52
GH20	3,02	,727	52
GH21	3,13	,817	52
GH22	2,94	,802	52
GH23	3,06	,895	52
GH24	3,44	,574	52
GH25	2,87	,687	52
GH26	2,88	,784	52

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
GH1	82,19	140,080	,798	,946
GH2	82,19	140,158	,825	,946
GH3	82,67	144,264	,666	,948
GH4	82,94	141,428	,767	,946
GH5	82,35	138,152	,755	,946
GH6	81,94	150,879	,403	,950
GH7	82,06	143,781	,632	,948
GH8	82,85	143,505	,609	,948
GH9	82,46	141,430	,741	,947
GH10	82,58	145,190	,488	,950
GH11	82,19	144,747	,548	,949
GH12	82,29	151,464	,249	,951
GH13	82,38	148,477	,409	,950
GH14	82,31	150,178	,285	,951
GH15	82,21	138,719	,817	,946
GH16	82,17	139,950	,808	,946
GH17	83,02	144,804	,609	,948
GH18	82,23	138,495	,756	,946
GH19	82,15	143,976	,689	,947
GH20	82,75	145,250	,515	,949

GH21	82,63	139,099	,780	,946
GH22	82,83	146,499	,395	,951
GH23	82,71	137,778	,773	,946
GH24	82,33	147,793	,479	,949
GH25	82,90	141,696	,773	,946
GH26	82,88	141,045	,707	,947

mean hipotetik : $(24 \times 1) + (24 \times 4) : 2 = 60$



B. Skala Perilaku Konsumtif Reliability

Scale: Skala Perilaku Konsumtif

Case Processing Summary

	N	%
Valid	52	100,0
Cases Excluded ^a	0	,0
Total	52	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,947	25

	Mean	Std. Deviation	N
PK1	3,60	,774	52
PK2	3,67	,617	52
PK3	3,10	,298	52
PK4	3,04	,522	52
PK5	3,04	,740	52

PK6	3,29	,696	52
PK7	3,29	,696	52
PK8	3,42	,723	52
PK9	3,35	,711	52
PK10	3,23	,807	52
PK11	3,58	,637	52
PK12	3,44	,873	52
PK13	3,42	,723	52
PK14	3,25	,653	52
PK15	3,56	,574	52
PK16	2,73	,660	52
PK17	3,10	,358	52
PK18	3,25	,590	52
PK19	2,77	,675	52
PK20	2,90	,534	52
PK21	2,90	,634	52
PK22	2,73	,660	52
PK23	3,46	,576	52
PK24	2,98	,874	52
PK25	3,81	,595	52

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PK1	77,31	106,139	,818	,942
PK2	77,23	109,554	,761	,943
PK3	77,81	117,688	,309	,947
PK4	77,87	111,609	,715	,944
PK5	77,87	110,197	,581	,945
PK6	77,62	109,143	,698	,944
PK7	77,62	112,359	,470	,947
PK8	77,48	108,333	,725	,943
PK9	77,56	107,546	,795	,942
PK10	77,67	106,067	,785	,942
PK11	77,33	111,126	,614	,945
PK12	77,46	104,136	,835	,942
PK13	77,48	106,176	,877	,941
PK14	77,65	109,525	,719	,943
PK15	77,35	113,133	,517	,946
PK16	78,17	109,322	,726	,943
PK17	77,81	119,256	,050	,949
PK18	77,65	113,956	,434	,947
PK19	78,13	110,472	,624	,945
PK20	78,00	113,569	,521	,946
PK21	78,00	109,412	,751	,943

PK22	78,17	110,420	,643	,944
PK23	77,44	115,546	,315	,948
PK24	77,92	107,955	,609	,945
PK25	77,10	113,108	,498	,946

$$\text{mean hipotetik} : (24 \times 1) + 24 \times 4) : 2 = 60$$





LAMPIRAN IV
UJI ASUMSI

A. Uji Normalitas NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	GayaHidupH edonis	PerilakuKons umtif
N	52	52
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	78,83
	Std. Deviation	12,138
	Absolute	,302
Most Extreme Differences	Positive	,173
	Negative	-,302
	Kolmogorov-Smirnov Z	2,176
Asymp. Sig. (2-tailed)	,100	,104

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

B. Uji Linearitas

Means

Case Processing Summary

	Cases		
	Included	Excluded	Total

	N	Percent	N	Percent	N	Percent
PerilakuKonsumtif * GayaHidupHedonis	52	100,0%	0	0,0%	52	100,0%

Report

PerilakuKonsumtif

GayaHidupHedonis	Mean	N	Std. Deviation
38	56,00	1	.
47	78,00	1	.
51	50,00	1	.
52	83,00	1	.
56	52,00	1	.
57	57,00	1	.
58	49,00	1	.
65	85,00	1	.
71	53,00	1	.
74	84,00	2	2,828
78	75,00	1	.
79	77,00	1	.
80	53,00	1	.
81	79,00	3	4,583
82	80,17	6	1,722
83	80,80	5	3,834
84	81,00	6	6,000
85	84,60	5	7,232
86	82,43	7	4,077
87	80,00	2	1,414
89	89,00	1	.
91	88,50	2	2,121
93	76,00	1	.
Total	77,81	52	10,920

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			5463,029	22	248,320	11,633	,000
PerilakuKonsumtif *	Between Groups	Linearity	2359,287	1	2359,287	110,524	,000
GayaHidupHedonis		Deviation from Linearity	3103,742	21	147,797	6,924	,000
Within Groups			619,048	29	21,346		
Total			6082,077	51			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
PerilakuKonsumtif * GayaHidupHedonis	,623	,388	,948	,898



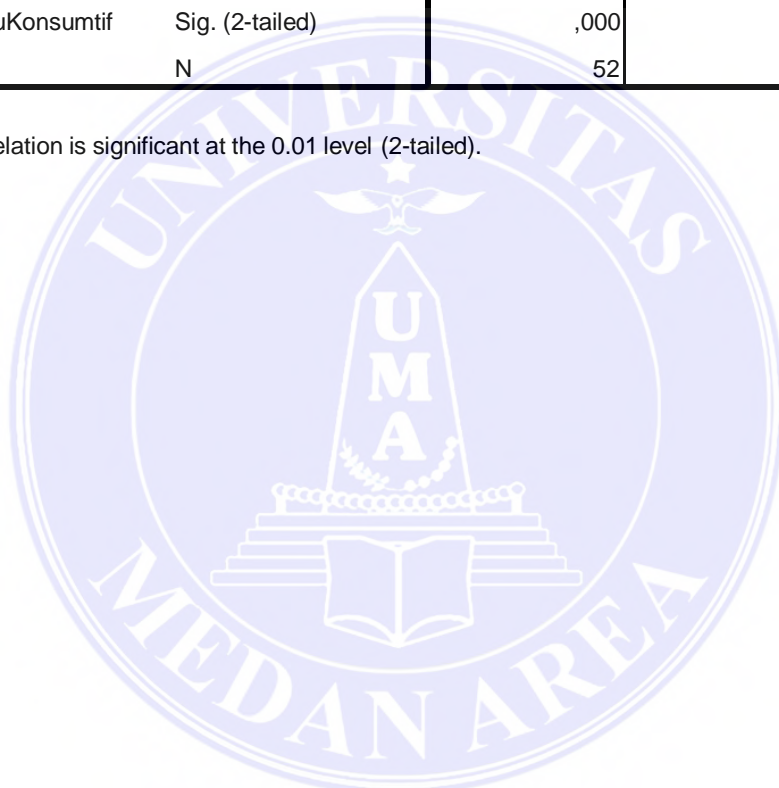
LAMPIRAN V
UJI HIPOTESIS

Uji Korelasi

Correlations

		GayaHidupHedonis	PerilakuKonsumtif
GayaHidupHedonis	Pearson Correlation	1	,623**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	52	52
PerilakuKonsumtif	Pearson Correlation	,623**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	52	52

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







UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS PSIKOLOGI

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 ☎ (061) 7368012 Medan 20223
 Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 ☎ (061) 8226331 Medan 20122
 Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 173/FPSI/01.10/II/2022
 Lampiran : -
 Hal : Riset dan Pengambilan Data

4 Februari 2022

Yth. Bapak/Ibu Wakil Rektor Bidang Administrasi
 Universitas Medan Area
 di
 Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami:

Nama : **Elia Purnama**
 NPM : **178600448**
 Program Studi : **Ilmu Psikologi**
 Fakultas : **Psikologi**

untuk melaksanakan pengambilan data di **Fakultas Psikologi Universitas Medan Area, Jl. Kolam Nomor 1 Medan Estate / Jl. Gedung PBSI, Medan 20223** guna penyusunan skripsi yang berjudul **"Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Prilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Stambuk 2019 Di Universitas Medan Area"**.

Perlu kami informasikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, yang merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan **kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, dan apabila telah selesai melakukan penelitian maka kami harapkan Bapak/Ibu dapat mengeluarkan Surat Keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Universitas yang Bapak/Ibu pimpin.**

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik diucapkan terima kasih.

An. Dekan,
 Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian Dan
 Pengabdian Kepada Masyarakat



Elia Purnama, S.Psi, MM, M.Psi, Psikolog

Tembusan
 - Mahasiswa Ybs
 - Arsip





UNIVERSITAS MEDAN AREA

Kampus I : Jalan Kolan Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 ☎ (061) 7368012 Medan 20223
 Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 ☎ (061) 8226331 Medan 20122
 Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 219/UMA/B/01.7/II/2022
 Lamp. : 1 (satu) Berkas
 Hal : Izin Penelitian Dan Pengambilan Data

10 Februari 2022

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Psikologi
 Universitas Medan Area
 di - M e d a n

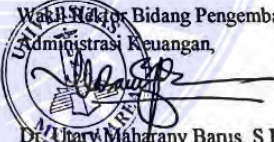
Dengan hormat,

Sesuai dengan surat Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Fakultas Psikologi Universitas Medan Area nomor 173/FPSI/01.10/II/2022 tertanggal 04 Februari 2022 perihal Permohonan Izin Penelitian dan Pengambilan Data Tugas Akhir di Universitas Medan Area oleh mahasiswa :

Nama : Elia Purnama
No. Pokok Mahasiswa : 178600448
Program Studi : Ilmu Psikologi
Fakultas : Psikologi

Pada prinsipnya disetujui yang bersangkutan melaksanakan pengambilan data di Lingkungan Universitas Medan Area, untuk penunjang tugas akhir dengan judul Skripsi "Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Stambuk 2019 Di Universitas Medan Area." Dengan tetap mengikuti protokol Covid-19.

Demikian surat ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wakil Wakil Bidang Pengembangan SDM dan
 Administrasi Keuangan,

 Dr. Utary Maharany Barus, S.H, M.Hum.

Tembusan :
 1. Mahasiswa Ybs
 2. File





UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS PSIKOLOGI

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 ☎ (061) 7368012 Medan 20223
 Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sel Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 ☎ (061) 8226331 Medan 20122
 Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 601/FPSI/01.10/V/2022 17 Mei 2022
 Lampiran : -
 Hal : Surat Keterangan
 Selesai Pengambilan Data

Yth, Ibu Wakil Rektor Bidang Pengembangan SDM dan Administrasi Keuangan
 Universitas Medan Area
 Di -
 Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Ibu bahwa mahasiswa kami tersebut dibawah ini :

Nama : **Elia Purnama**
 Npm : **178600448**
 Fakultas/Program Studi : Psikologi/Ilmu Psikologi

Telah selesai melakukan penelitian dan pengambilan data pada Universitas Medan Area dengan judul **"Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Stambuk 2019 Di Universitas Medan Area"**. Bersama kami mohon kepada Ibu kiranya dapat mengeluarkan Surat Keterangan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Universitas Medan Area terhitung mulai tanggal 13 Februari s.d 1 Maret 2022.

Demikian kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

An. Dekan,
 Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian Dan
 Pengabdian Kepada Masyarakat
 Lina Alfita, S.Psi, MM, M.Psi, Psikolog

Tembusan
 - Mahasiswa Ybs
 - Arsip



UNIVERSITAS MEDAN AREA

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 ☎ (061) 7368012 Medan 20223
 Kampus II : Jalan Seliabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 ☎ (061) 8226331 Medan 20122
 Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

SURAT KETERANGAN Nomor : 748/UMA/B/01.7/V/2022

Rektor Universitas Medan Area dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Elia Purnama
No. Pokok Mahasiswa : 178600448
Fakultas : Psikologi
Program Studi : Psikologi

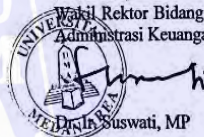
Benar telah selesai Pengambilan Data di Universitas Medan Area pada tanggal 13 Februari sd 1 Maret 2022 dengan Judul skripsi “**Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Stambuk 2019 Di Universitas Medan Area.**”

Dan kami harapkan Data tersebut kiranya dapat membantu yang bersangkutan dalam penyusunan skripsi dan dapat bermanfaat bagi mahasiswa khususnya Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi.

Demikian surat ini diterbitkan untuk dapat digunakan seperlunya.

Medan, 23 Mei 2022

An Rector,
 Wakil Rector Bidang Pengembangan SDM dan
 Administrasi Keuangan,


 Diah Suswati, MP

Tembusan :
 1. Fakultas Psikologi
 2. Arsip

