

**HUBUNGAN GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA DEWASA AWAL PENGUNJUNG
POSBLOC MEDAN**

SKRIPSI

OLEH:

**JIHAN FADILLA RINALDY
218600290**



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2026**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 5/8/26

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

Access From (repository.uma.ac.id)5/8/26

**HUBUNGAN GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA DEWASA AWAL PENGUNJUNG
POSBLOC MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Guna Memenuhi Syarat dalam
Meraih Gelar Sarjana

OLEH:

JIHAN FADILLA RINALDY

218600290

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2026**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 5/8/26

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

Access From (repository.uma.ac.id)5/8/26

HALAMAN PENGESAHAN

**Judul Skripsi : Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada
Dewasa Awal Pengunjung Posbloc Medan**

Nama : Jihan Fadilla Rinaldy

NPM : 218600290

Fakultas : Psikologi

**Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing**

**Ira Kesuma Dewi S.Psi, M.Psi
Pembimbing**


**Dr. Siti Alsyah, S.Psi, M.Psi, Psikolog
Dekan**


**Faadhil, S.Psi, M.Psi, Psikolog
KA Prodi**

Tanggal Lulus : 16 Maret 2026

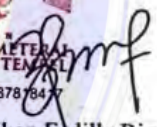
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 16 Maret 2026




Jihan Fadilla Rinaldy
218600290

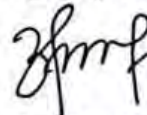
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Jihan Fadilla Rinaldy
NPM : 218600290
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Psikologi
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang Berjudul : Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal Pengunjung Posbloc Medan. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis 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: 16 Maret 2026
Yang menyatakan



(Jihan Fadilla Rinaldy)

ABSTRAK

HUBUNGAN GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA DEWASA AWAL PENGUNJUNG POSBLOC MEDAN

OLEH:
JIHAN FADILLA RINALDY
NPM: 218600290

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada dewasa awal pengunjung Posbloc Medan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan positif antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 102 orang dari 151 responden dewasa awal yang diperoleh menggunakan teknik purposive sampling. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala gaya hidup hedonis dan skala perilaku konsumtif. Metode analisis data yang digunakan adalah teknik korelasi Pearson Product Moment. Hasil analisis menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima dengan nilai koefisien korelasi $r_{xy} = 0,422$ dan nilai signifikansi $p = 0,001$ ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang sedang signifikan antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif, di mana semakin tinggi gaya hidup hedonis yang dimiliki individu, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif, dan sebaliknya. Gaya hidup hedonis terdapat hubungan sebesar 17,8% terhadap perilaku konsumtif, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: Perilaku Konsumtif , Gaya Hidup Hedonis, Dewasa Awal

ABSTRACT

The Correlation Between Hedonistic Lifestyle and Consumer Behavior Among Early Adult Visitors to Posbloc Medan

BY:
JIHAN FADILLA RINALDY
NPM: 218600291

This study aims to determine the correlation between hedonic lifestyle and consumptive behavior in early adult visitors to Posbloc Medan. The hypothesis in this study is that there is a positive correlation between hedonic lifestyle and consumptive behavior. The sample in this study amounted to 102 people from 151 early adult respondents obtained using a purposive sampling technique. The data collection method in this study used the Hedonic Lifestyle Scale and the Consumptive Behavior Scale. The data analysis method used was the Pearson Product Moment correlation technique. The results of the analysis showed that the research hypothesis was accepted with a correlation coefficient value of $r_{xy} = 0.422$ and a significance value of $p = 0.001$ ($p < 0.05$). This indicates that there is a significant positive correlation between hedonic lifestyle and consumptive behavior, where the higher the hedonic lifestyle an individual has, the higher the consumptive behavior, and vice versa. Hedonic lifestyle has a correlation of 17.8% to consumptive behavior; while the rest is influenced by other factors outside this study.

Keywords: Kata Kunci: *Consumer Behavior, Hedonistic Lifestyle, Early Adult*

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di kota Medan Pada tanggal 17 Oktober 1999 dari ayah Rinaldy, S.Psi, M.Psi, Psikolog dan ibu Adellaila Nasution, S.H., M.H., Advokat. Penulis merupakan anak pertama dari empat bersaudara Bernama Gilang Ramadhan R, Jio Raihan R (Alm) dan Sabil Ramadhan R.

Peneliti memulai Pendidikan formal TK Citra Indonesia, Tahun 2006 memasuki Pendidikan Dasar di SDN 060884 Medan dan lulus pada 2011. Melanjutkan Pendidikan Menengah Pertama di SMPN 18 Medan dan lulus pada 2014. Kemudian melanjutkan Pendidikan di SMA Negeri 1 Medan lulus pada tahun 2017.

Pada tahun 2017, peneliti melanjutkan pendidikan tinggi pada Program Diploma III (D-III) Komputerisasi Akuntansi di Politeknik Unggul LP3M Medan dan lulus pada tahun 2020. Pada tahun 2021, peneliti terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Kemudian pada tahun 2022, penulis melanjutkan Program Diploma IV (D-IV) Akuntansi Perpajakan di Politeknik Unggul LP3M Medan dan menyelesaikannya pada tahun 2023. Saat ini peneliti sedang menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Psikologi Universitas Medan Area

Selama menempuh pendidikan tinggi, penulis aktif dalam berbagai kegiatan organisasi kemahasiswaan. Penulis pernah menjabat sebagai Bendahara Umum Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Fakultas Psikologi Universitas Medan Area periode 2024–2025. Selain kegiatan akademik, penulis juga mengikuti pendidikan nonformal di bidang kecantikan dan saat ini berperan sebagai instruktur serta pengelola lembaga kursus dan pelatihan. Penulis juga memiliki pengalaman profesional sebagai Master of

Ceremony (MC), event dan wedding organizer, serta penyiar radio sejak tahun 2019 dan telah terlibat dalam berbagai kegiatan penyelenggaraan acara.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada teman-teman kelas B2 Fakultas Psikologi Universitas Medan Area angkatan 2021 yang telah kebersamai penulis sejak awal perkuliahan hingga tahap akhir penyusunan skripsi. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh rekan dan sahabat di Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Fakultas Psikologi Universitas Medan Area periode 2024–2025 atas kebersamaan, kerja sama, serta pengalaman organisasi yang sangat berharga selama masa perkuliahan.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada seluruh dosen Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang telah memberikan ilmu, bimbingan, serta arahan selama penulis menempuh pendidikan. Tidak lupa penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh staf IT, staf administrasi fakultas, serta pihak kampus yang telah membantu penulis dalam berbagai keperluan administrasi selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri yang telah berjuang, bertahan, dan terus berusaha menyelesaikan setiap proses yang dilalui selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Perjalanan ini tidak selalu mudah, namun melalui berbagai tantangan, pengalaman, serta pembelajaran yang diperoleh, penulis menyadari bahwa setiap proses memiliki makna dan pelajaran yang berharga.

Semoga segala usaha, doa, dan kerja keras yang telah dilakukan dapat menjadi langkah awal menuju masa depan yang lebih baik serta memberikan manfaat bagi banyak orang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai keterbatasan dan kekurangan, baik dari segi penulisan maupun pembahasan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi perbaikan di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis, khususnya dalam pengembangan ilmu psikologi serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.



KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, karena kasih dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian dengan judul **“Hubungan Antara Gaya Hidup dengan Perilaku Konsumtif pada Dewasa Awal Pengunjung Posbloc Medan”**.

Selama penyusunan skripsi ini, Peneliti merasa bersyukur selama penyusunan skripsi ini dipertemukan dengan banyak orang baik yang membantu dan memberikan dukungan, arahan serta bantuan, dari berbagai pihak. Maka dari itu peneliti ingin mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar besarnya kepada semua pihak yang sudah berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini.

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas segala kasih dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian yang berjudul **“Hubungan Antara Gaya Hidup dengan Perilaku Konsumtif pada Dewasa Awal Pengunjung Posbloc Medan.”**

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis merasa sangat bersyukur karena dipertemukan dengan banyak orang baik yang telah membantu, memberikan dukungan, arahan, serta kontribusi berarti dalam setiap tahap penyelesaian penelitian ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi.

Penulis menyampaikan terima kasih yang tulus kepada Ibu Ira Kesuma Dewi, S.Psi., M.Psi. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dengan penuh kesabaran, memberikan arahan, masukan, serta motivasi kepada penulis sejak awal

penyusunan hingga skripsi ini dapat diselesaikan. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada seluruh civitas akademika Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang telah membantu dalam proses administrasi serta penyelesaian berbagai berkas yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada tim Posbloc Medan yang telah memberikan izin, dukungan, serta kesempatan kepada penulis untuk menjadikan Posbloc Medan sebagai lokasi penelitian sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.

Terima kasih yang mendalam penulis sampaikan kepada Papa dan Bunda tercinta, adik-adik tersayang dan pasangan atas doa, dukungan moral dan material, serta kasih sayang yang tiada henti. Kepada pasangan penulis, terima kasih atas dukungan, pengertian, dan semangat yang selalu diberikan di tengah berbagai tantangan selama proses penyusunan skripsi ini.

Kepada teman-teman seperjuangan, Salsa, Nadra, Fathia, Ara, Zira, serta teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas kebersamaan, bantuan, dan semangat yang saling diberikan hingga penulis mampu menyelesaikan tahap ini.

Terakhir, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada diri sendiri, Jihan, yang telah berusaha dengan sungguh-sungguh dalam menyelesaikan proses pendidikan dan penyusunan skripsi ini.

Perjalanan ini tidak selalu mudah, terdapat berbagai tantangan dan hambatan yang harus dihadapi. Namun dengan komitmen, kesabaran, dan doa, penulis mampu melalui setiap proses hingga sampai pada tahap ini.

Terima kasih karena tetap bertahan, terus belajar, dan tidak menyerah dalam menyelesaikan tanggung jawab akademik ini. Semoga pencapaian ini menjadi langkah awal untuk terus berkembang, menjadi pribadi yang lebih baik, serta mampu memberikan kontribusi yang positif di masa yang akan datang.



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	v
RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.3 Hipotesis Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.4.2 Manfaat Praktis.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Perilaku Konsumtif.....	14
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtifi.....	14
2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif.....	15
2.1.3 Aspek-aspek Perilaku Konsumtif.....	26
2.1.4 Karakteristik Perilaku Konsumtif.....	30
2.2 Gaya Hidup Hedonis	33
2.2.1 Pengertian Gaya Hidup Hedonis.....	33
2.2.2 Faktor Faktor Gaya Hidup Hedonis.....	35

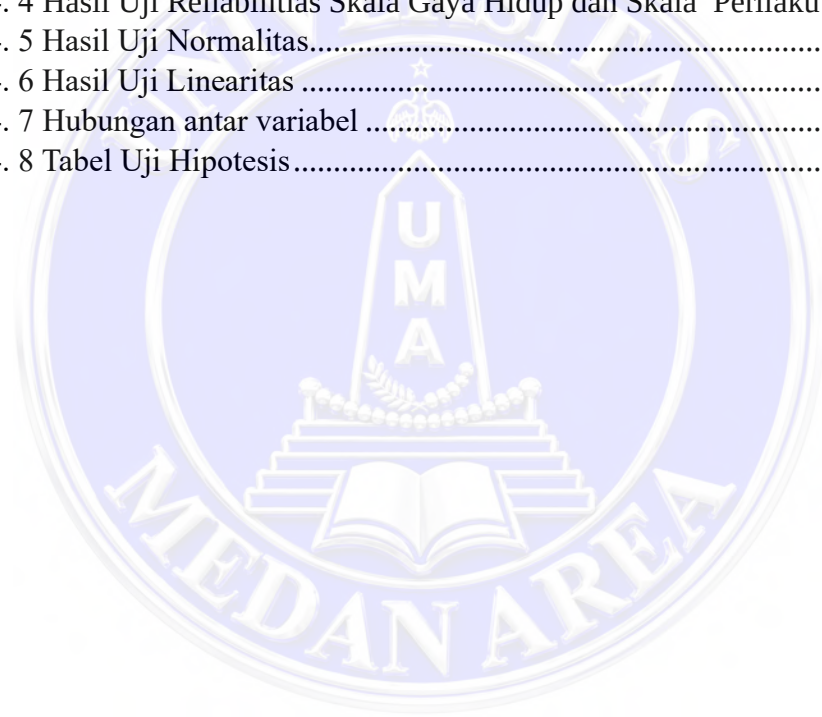
2.2.3 Aspek Aspek Gaya Hidup Hedonis.....	38
2.2.4 Karakter Gaya Hidup Hedonis.....	41
2.3 Dewasa Awal	43
2.3.1 Pengertian Dewasa Awal.....	43
2.3.2 Ciri Ciri Dewasa Awal	45
2.4 Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif.....	51
2.5 Kerangka Konseptual	54
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	55
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	55
3.1.1 Waktu Penelitian	55
3.1.2 Lokasi Penelitian.....	55
3.2 Bahan dan Alat Penelitian	56
3.3 Metode Penelitian.....	56
3.3.1 Jenis Penelitian	56
3.4 Identifikasi Variabel.....	56
3.5 Defenisi Operasional	57
3.6 Populasi ,Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	58
3.6.1 Populasi.....	58
3.6.2 Sampel	58
3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	59
3.6 Metode Uji Coba Alat Ukur	60
3.7 Metode Analisis Data	62
3.8 Prosedur Kerja.....	64
3.8.1 Persiapan Administrasi	64
3.8.2 Persiapan Alat Ukur.....	64
3.8.3 Pelaksanaan.....	67
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	68
4.1 Gambaran Subjek Penelitian	68
4.2 Hasil Pengujian Validias.....	70
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	71
4.2.4 Uji Hipotesis	76

4.2.5 Mean Empirik dan Mean Hipotetik	77
4.2 Pembahasan	80
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	88
5.1 Simpulan.....	88
5.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA.....	92



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian.....	55
Tabel 3. 2 Blue print skala perilaku konsumtif (sebelum uji coba)	65
Tabel 3. 3 Blue print skala gaya hidup hedonis (sebelum uji coba).....	67
Tabel 4. 1 Distribusi Respondel Awal	69
Tabel 4. 2 Distribusi Skala Gaya Hidup (setelah uji coba)	72
Tabel 4. 3 Distribusi Skala Perilaku Konsumtif (setelah uji coba)	73
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas Skala Gaya Hidup dan Skala Perilaku Konsumtif.	74
Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas.....	74
Tabel 4. 6 Hasil Uji Linearitas	75
Tabel 4. 7 Hubungan antar variabel	76
Tabel 4. 8 Tabel Uji Hipotesis	77



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konseptual	54
Gambar 2 Kurva Normal Gaya Hidup	79
Gambar 3 Kurva Normal Perilaku Konsumtif	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Skala Penelitian	97
Lampiran 2 Hasil Scoring Data Penelitian.....	107
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	114
Lampiran 4 Hasil Analisis Data	118
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian	Error! Bookmark not defined.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masa dewasa awal adalah fase peralihan dari masa remaja menuju masa dewasa. Menurut Hurlock (2011), masa dewasa awal dimulai pada umur 18–40 tahun, saat individu mengalami berbagai perubahan fisik, psikologis, dan sosial. Pada tahap ini, kehidupan psikososial individu menjadi semakin kompleks karena dihadapkan pada tuntutan dunia kerja, relasi sosial, serta kebutuhan untuk menemukan kelompok sosial yang memberikan rasa nyaman dan penerimaan. Lebih lanjut, Hurlock (2011) menjelaskan bahwa pada masa dewasa awal, individu memiliki kebutuhan yang tinggi untuk menjalin hubungan sosial serta memperoleh pengakuan dari lingkungan sekitarnya. Kebutuhan akan penerimaan sosial ini sering kali mendorong individu untuk menyesuaikan diri dengan kelompoknya, termasuk dalam hal gaya hidup, pola konsumsi, serta aktivitas sosial yang dilakukan. Kondisi tersebut menjadikan individu pada masa dewasa awal rentan terhadap tekanan sosial, seperti tuntutan untuk terlihat sukses, mengikuti tren, serta menjaga citra diri di hadapan lingkungan sosial.

Kondisi tersebut membuat individu pada masa dewasa awal rentan mengalami tekanan sosial, baik dalam bentuk tuntutan untuk terlihat sukses, mengikuti tren, maupun menjaga citra diri di hadapan lingkungan sosial. Tekanan ini dapat memicu munculnya perilaku konsumtif, di mana individu cenderung melakukan pembelian bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan untuk memperoleh pengakuan, meningkatkan kepercayaan diri, atau menyesuaikan diri dengan kelompok sosialnya.

Selain itu, dorongan untuk mencari kesenangan dan menghindari stres akibat tuntutan kehidupan dewasa juga dapat mendorong munculnya gaya hidup hedonis. Individu cenderung menghabiskan waktu dan uang untuk aktivitas yang memberikan kesenangan, seperti nongkrong, berbelanja, atau mengikuti tren yang sedang populer.

Hurlock (2011) juga menjelaskan bahwa salah satu tugas perkembangan penting pada masa dewasa awal adalah mencari kelompok sosial yang menyenangkan dan sesuai dengan minat individu. Kehidupan sosial pada tahap ini menjadi semakin kompleks karena individu tidak hanya menghadapi tuntutan profesional seperti pekerjaan atau pendidikan, tetapi juga kebutuhan untuk diterima oleh lingkungan sosialnya. Transisi ini seringkali disertai tekanan dari ekspektasi sosial, ketidakpastian masa depan, serta tanggung jawab baru yang dapat menimbulkan stres, kecemasan, bahkan perubahan gaya hidup yang cukup signifikan (Santrock, 2012).

Transisi yang dialami pada masa dewasa awal, seperti memasuki dunia kerja, melanjutkan pendidikan, serta membangun hubungan yang lebih serius, sering kali disertai dengan tekanan dan ekspektasi sosial yang tinggi. Hal ini dapat menimbulkan stres, kecemasan, serta dorongan untuk mencari kepuasan instan sebagai bentuk pelarian dari tekanan tersebut. Seiring dengan perkembangan zaman, gaya hidup masyarakat modern juga mengalami perubahan ke arah yang lebih konsumtif dan berorientasi pada kesenangan. Fenomena ini tampak jelas di kalangan dewasa awal, khususnya di lingkungan perkotaan yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, media sosial, serta budaya populer. Lingkungan sosial, budaya populer, dan kemajuan

teknologi turut mendorong munculnya gaya hidup yang berfokus pada hiburan dan penampilan menurut Sukari et al. (2013).

Dalam konteks masyarakat perkotaan seperti Medan, individu dewasa awal cenderung beradaptasi dengan dinamika sosial modern yang menuntut mereka untuk aktif secara sosial, mengikuti perkembangan tren, dan menjaga citra diri. Mereka mulai mencari lingkungan sosial yang mendukung kebutuhan hiburan, rekreasi, dan eksistensi diri. Fenomena ini dapat terlihat jelas di berbagai ruang publik kota, salah satunya Posbloc Medan, yang menjadi salah satu tempat favorit anak muda dan dewasa awal untuk berkumpul, berinteraksi, berbelanja, dan menikmati hiburan.

Posbloc Medan merupakan kawasan kreatif yang menempati bangunan bersejarah Kantor Pos Besar di kawasan Lapangan Merdeka. Bangunan ini merupakan warisan kolonial Belanda yang dibangun pada tahun 1911 dan menjadi simbol penting perkembangan Kota Medan (Mandai, 2016). Kini, bangunan tersebut dialihfungsikan menjadi ruang publik yang dikenal dengan nama Posbloc Medan, tempat di mana berbagai kegiatan kreatif, UMKM, seni, kuliner, dan hiburan digabungkan dalam satu kawasan yang modern namun tetap mempertahankan nilai sejarahnya. Tempat ini menjadi wadah ekspresi anak muda untuk berkumpul, menikmati suasana, sekaligus menunjukkan identitas diri melalui gaya hidup dan konsumsi.

Namun, di balik perkembangan tersebut, muncul fenomena perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonis yang kian marak di kalangan dewasa awal, terutama mereka yang sering mengunjungi tempat hiburan seperti Posbloc Medan. Menurut Nadzir (2015), perilaku hedonis merupakan kecenderungan individu untuk mengejar kesenangan

semata tanpa mempertimbangkan nilai manfaat atau kebutuhan yang sebenarnya. Individu dengan gaya hidup hedonis cenderung menghabiskan waktu dan uang untuk kegiatan yang memberikan kesenangan sementara, seperti nongkrong di kafe, membeli makanan kekinian, berbelanja barang-barang tren, atau mengikuti gaya hidup yang dianggap “gaul” agar diterima oleh kelompok sosialnya.

Hasil penelitian Ambadra (2018) menunjukkan bahwa adanya rasa kepuasan pada diri seorang untuk melakukan kegiatan yang berfokus pada kesenangan pribadi seperti nongkrong, belanja, liburan, selain itu mereka memiliki ketertarikan terhadap suatu hal yang dianggap penting dan ingin berbeda dengan lingkungan sekitarnya serta memiliki harapan yang mengarah pada kesenangan pribadi. Sedangkan Mufidah dan Wulansari (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa setiap individu berpotensi untuk bergaya memiliki gaya hidup hedonis. Hal tersebut dikarenakan gaya hidup hedonis paling besar dipengaruhi oleh faktor lingkungan.

Faktor-faktor penyebab gaya hidup hedonis seseorang dapat dilihat dari setiap tingkah laku individu. Lebih lanjut Amstrong (Nugraheni, 2017) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang diyakini terdapat dua faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal yaitu kehidupan pribadi) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal yaitu interaksi sosial).

Fenomena gaya hidup hedonis sangat berkaitan erat dengan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang atau jasa secara berlebihan tanpa mempertimbangkan manfaat atau kebutuhan (Mowen, 2002). Rachmatika (2020) menyatakan bahwa perilaku konsumtif semakin sulit dikendalikan di era modern

karena kepuasan pribadi sering diukur dari materi dan kepemilikan barang. Pratama (2017) menambahkan bahwa perilaku konsumtif muncul dari dorongan untuk memperoleh kepuasan melalui kepemilikan barang baru atau bermerek sebagai simbol status sosial. Menurut Anggasari (sumartono, 2002), Perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang-barang yang tidak di perhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Keinginan yang berlebihan untuk membeli suatu produk adalah langkah awal dari perilaku konsumtif. Individu akan terus-menerus membeli barang hanya berdasarkan keinginan mereka, bukan pada kebutuhan yang sebenarnya (Anggraini & Santhoso, 2017).

Menurut Manalu (2020), perilaku konsumtif dapat ditemukan di berbagai bidang, seperti pembelian produk makeup, berbelanja makanan, pakaian, dan barang-barang lainnya. Perilaku ini tidak mengenal perbedaan gender, karena baik laki-laki maupun perempuan pada dasarnya menunjukkan pola berperilaku yang serupa. Saat ini, gaya hidup dan penampilan menjadi hal yang sangat penting di kalangan dewasa awal. Seringkali, tindakan yang dilakukan bukanlah kebutuhan utama, melainkan semata-mata untuk memenuhi keinginan dan mengejar gengsi

Perilaku konsumtif umumnya mulai muncul pada masa remaja hingga dewasa muda. Hal ini sering kali dipicu oleh stereotip mengenai konsumsi berlebihan dan dorongan untuk memperoleh atau menggunakan produk yang sedang tren, meskipun tidak memberikan manfaat jangka panjang. Berbagai faktor, seperti budaya, pribadi, dan psikologis, dapat memengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Salah satu faktor yang signifikan adalah gaya hidup. Dengan meningkatnya gaya hidup, individu

cenderung menjadi hedonis, yakni menikmati kesenangan dan bersedia mengeluarkan uang, bahkan dalam jumlah kecil, untuk memperoleh kepuasan yang diinginkan (Khairat, Yusri & Yuliana, 2018).

Di kota-kota besar perilaku konsumtif. Fakta ini mengindikasikan dampak negatif bagi para muda dewasa awal sebagian yang belum bisa menghasilkan uang sendiri masih mendapatkan uang dari orangtua dan sebagian lainnya yang sudah berpenghasilan tapi dihabiskan untuk gaya hidup konsumsi yang cukup tinggi untuk memenuhi keinginan. Menurut Hasnidar Thamrin dan Adnan Achiruddin Saleh (2021), terdapat korelasi yang signifikan antara perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonis. Ini berarti bahwa perilaku konsumtif cenderung meningkat seiring dengan gaya hidup yang lebih mewah. Sebaliknya, perilaku konsumtif juga mengalami penurunan ketika gaya hidup menjadi lebih sederhana. Temuan ini sejalan dengan penelitian Haryono (2014) yang menunjukkan adanya hubungan positif antara gaya hidup dan perilaku konsumtif.

Peneliti telah melakukan observasi dan wawancara dengan beberapa pengunjung Posbloc Medan untuk memahami fenomena yang terjadi di lapangan. Dari hasil observasi yang dilakukan, terlihat bahwa mayoritas pengunjung menunjukkan perilaku yang mencerminkan gaya hidup kekinian saat berinteraksi di area Posbloc. Peneliti juga melakukan observasi serta wawancara langsung dengan beberapa pengunjung Posbloc Medan untuk memahami fenomena perilaku konsumtif yang terjadi di lapangan. Selain itu, peneliti juga menyebarkan kuesioner penelitian melalui Google Form dan memperoleh sebanyak 151 responden yang bersedia mengisi skala

penelitian. Data awal tersebut kemudian dianalisis untuk melihat gambaran umum karakteristik pengunjung Posbloc Medan yang ditemui peneliti di lapangan.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, terlihat bahwa mayoritas pengunjung menunjukkan perilaku yang mencerminkan gaya hidup kekinian ketika berada di area Posbloc Medan. Banyak pengunjung yang menghabiskan waktu dengan berfoto di beberapa spot estetik, mencoba berbagai tenant makanan dan minuman, serta mengunjungi beberapa tempat dalam satu area seperti photobox, merchandise store, maupun tenant lainnya. Selain itu, aktivitas yang dilakukan tidak hanya sebatas membeli makanan atau minuman, tetapi juga meliputi kegiatan sosial seperti nongkrong bersama teman, membuat konten media sosial, bekerja dari tempat tersebut, hingga menikmati berbagai hiburan yang tersedia.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada beberapa pengunjung yang berada pada rentang usia 18–35 tahun, yang termasuk dalam kategori dewasa awal menurut Diane E. Papalia, Sally Wendkos Olds, dan Ruth Duskin Feldman (2009), diketahui bahwa sebagian besar pengunjung datang ke Posbloc Medan secara rutin, mulai dari sekali dalam seminggu hingga beberapa kali dalam seminggu. Rata-rata pengeluaran yang dikeluarkan berkisar antara Rp100.000 hingga Rp300.000 setiap kunjungan, bahkan beberapa pengunjung dapat mengeluarkan biaya yang lebih besar ketika mengunjungi lebih dari satu tenant atau mengikuti kegiatan tertentu yang tersedia di Posbloc Medan.

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa aktivitas konsumsi yang dilakukan pengunjung tidak hanya terbatas pada makanan dan minuman, tetapi juga mencakup berbagai aktivitas lain yang berkaitan dengan gaya hidup dan pengalaman sosial. Beberapa pengunjung mengaku sering berfoto di photobox, membeli merchandise, mencoba berbagai tenant yang berbeda, hingga mengikuti event, pameran, atau kegiatan komunitas yang diadakan di Posbloc Medan. Selain itu, terdapat pula pengunjung yang datang untuk membuat konten media sosial, menonton konser, bersantai sambil nongkrong, atau sekadar mencari suasana baru yang dianggap lebih nyaman dan estetik.

Selain itu, beberapa pengunjung juga mengungkapkan bahwa mereka terkadang membeli makanan, minuman, maupun barang tertentu bukan semata-mata karena kebutuhan, tetapi karena produk tersebut sedang viral atau populer di media sosial. Beberapa responden menyatakan bahwa mereka tertarik membeli suatu produk karena tampilannya yang unik atau lucu, kemasan yang menarik, maupun karena produk tersebut sedang menjadi tren di kalangan pengunjung Posbloc. Bahkan terdapat pula pengunjung yang mengaku terdorong untuk membeli suatu produk karena pengaruh lingkungan pertemanan, sehingga muncul perasaan kurang nyaman apabila tidak ikut membeli atau mencoba produk yang sedang populer ketika berkumpul bersama teman. Fenomena ini sejalan dengan pendapat Sumartono (2002) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif dapat muncul ketika individu membeli suatu produk bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan karena dorongan untuk mengikuti tren,

mempertahankan gengsi sosial, atau memperoleh pengakuan dari lingkungan sosialnya. Selain itu, menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016), perilaku konsumsi seseorang juga dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok pertemanan, tren gaya hidup, serta pengaruh lingkungan sosial yang dapat mendorong individu untuk melakukan pembelian agar dapat menyesuaikan diri dengan kelompoknya.

Selain aktivitas nongkrong dan konsumsi makanan, Posbloc Medan juga sering menjadi tempat diselenggarakannya berbagai kegiatan komunitas dan event yang menarik minat pengunjung. Kegiatan tersebut antara lain workshop kreatif seperti workshop makeup, nail art, kelas fotografi, serta workshop digital marketing dan desain. Selain itu, terdapat pula kegiatan hiburan seperti live music, private concert, movie screening, serta berbagai kegiatan komunitas seperti komunitas lari, yoga, poundfit, hingga komunitas membaca. Beberapa tenant di Posbloc juga kerap menjadi tempat penyelenggaraan kegiatan seperti press conference, creative talk, pop-up market, maupun pameran seni dan bazaar produk lokal.

Kehadiran berbagai kegiatan tersebut menjadikan Posbloc Medan tidak hanya sebagai tempat konsumsi makanan dan minuman, tetapi juga sebagai ruang publik yang menyediakan pengalaman sosial, hiburan, dan aktivitas komunitas yang beragam. Hal ini membuat pengunjung memiliki berbagai alasan untuk datang, baik untuk bersosialisasi, mengikuti kegiatan tertentu, mencari hiburan, maupun sekadar menikmati suasana yang berbeda dari tempat nongkrong lainnya.

Namun demikian, hasil wawancara juga menunjukkan bahwa sebagian pengunjung merasa kurang nyaman apabila datang ke Posbloc tanpa membeli sesuatu, sehingga hampir setiap kunjungan selalu diikuti dengan aktivitas konsumsi, baik berupa makanan, minuman, maupun produk lainnya. Bahkan terdapat pengunjung yang mengaku sering berpindah dari satu tenant ke tenant lainnya dalam satu kunjungan untuk mencoba berbagai menu atau pengalaman yang berbeda. Beberapa pengunjung juga mengungkapkan bahwa mereka tertarik untuk datang karena tempat tersebut sedang populer dan sering muncul di media sosial, sehingga menimbulkan dorongan untuk ikut merasakan pengalaman yang sama.

Selain itu, terdapat pula pengunjung yang menyatakan bahwa mereka datang ke Posbloc tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, tetapi juga untuk mencari hiburan, mengikuti tren gaya hidup, serta membangun interaksi sosial dengan teman atau pasangan. Aktivitas seperti nongkrong bersama teman, berfoto dengan outfit tertentu, membuat konten media sosial, hingga menghadiri berbagai event komunitas menunjukkan bahwa aktivitas konsumsi seringkali menjadi bagian dari gaya hidup yang dijalani oleh dewasa awal.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumtif pada pengunjung dewasa awal di Posbloc Medan tidak semata-mata didorong oleh kebutuhan dasar, melainkan juga dipengaruhi oleh dorongan sosial, gaya hidup, serta keinginan untuk memperoleh pengalaman hiburan dan rekreasi. Gaya hidup yang menekankan pada pencarian kesenangan, pengalaman baru, serta keinginan untuk mengikuti tren yang sedang berkembang pada akhirnya dapat mendorong individu untuk melakukan

berbagai aktivitas konsumsi, baik dalam bentuk pembelian produk, penggunaan jasa, maupun partisipasi dalam berbagai kegiatan hiburan dan komunitas.

Dengan demikian, hasil observasi dan wawancara tersebut memperlihatkan bahwa Posbloc Medan tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk membeli makanan atau minuman, tetapi juga sebagai ruang sosial dan gaya hidup bagi dewasa awal. Lingkungan yang menyediakan berbagai tenant, aktivitas hiburan, event komunitas, serta spot yang menarik untuk berinteraksi sosial dapat mendorong pengunjung untuk datang secara berulang dan melakukan berbagai bentuk konsumsi yang berkaitan dengan pengalaman, aktivitas, maupun kebutuhan sosial mereka.

Dalam konteks ini, Posbloc Medan menjadi salah satu representasi gaya hidup urban modern di mana interaksi sosial, hiburan, dan konsumsi menjadi satu kesatuan. Banyak pengunjung datang bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan rekreasi, tetapi juga untuk memenuhi keinginan tampil modis dan up to date.

Fenomena tersebut menarik untuk diteliti lebih lanjut karena mencerminkan masa dewasa awal merupakan fase kehidupan yang ditandai dengan berbagai perubahan sosial, psikologis, serta perkembangan gaya hidup yang semakin dinamis. Individu pada tahap ini memiliki kebutuhan yang tinggi untuk bersosialisasi, mencari hiburan, serta membangun identitas diri dalam lingkungan sosialnya. Fenomena yang terjadi di Posbloc Medan menunjukkan bahwa aktivitas sosial, hiburan, serta tren gaya hidup yang berkembang di kalangan dewasa awal seringkali berkaitan dengan perilaku konsumtif. Aktivitas seperti nongkrong, mengikuti tren kelompok sosial menunjukkan adanya kecenderungan gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan. Oleh karena itu,

Berdasarkan penjelasan fenomena di atas, peneliti tertarik untuk meneliti **“Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Dewasa Awal pengunjung Posbloc Medan.”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Apakah terdapat hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada dewasa awal pengunjung Posbloc Medan?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk: “Mengetahui dan menguji secara empiris hubungan gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif pada dewasa awal pengunjung Posbloc Medan.

1.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah: “Terdapat hubungan positif yang signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada dewasa awal pengunjung Posbloc Medan” dengan asumsi semakin tinggi gaya hidup hedonis, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya, sebaliknya jika semakin rendah gaya hidup hedonis maka semakin rendah pula perilaku konsumtifnya.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu psikologi, dengan menambah pemahaman tentang hubungan antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif pada masyarakat urban.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi pihak pengelola Posbloc Medan

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan untuk memahami karakteristik pengunjung, sehingga dapat mengembangkan strategi pemasaran dan kegiatan yang lebih relevan dengan kebutuhan mereka.

2. Bagi dewasa awal

Penelitian ini dapat menjadi refleksi agar lebih bijak dalam mengelola keuangan dan tidak terjebak dalam perilaku konsumtif berlebihan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dan bahan perbandingan dalam penelitian sejenis yang membahas perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonis di tempat lain.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perilaku Konsumtif

2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merujuk pada tindakan seseorang yang cenderung membeli barang atau jasa secara berlebihan, yang sering kali mengarah pada pemborosan. Ini mencerminkan pola hidup manusia yang didorong oleh hasrat untuk memenuhi keinginan pribadi, sering kali mengutamakan kesenangan individu. Menurut Anggasari (Sumartono, 2002), perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang-barang tanpa perhitungan, sehingga menjadi berlebihan. Perilaku konsumtif dapat digambarkan sebagai proses pembelian yang tidak terkontrol dan tidak rasional.

Dampak nyata dari perilaku ini adalah terjadinya pemborosan dalam pengelolaan keuangan, baik pada tingkat individu maupun rumah tangga (dalam Pratiwi, 2019). Perilaku konsumtif sering kali dilakukan secara berlebihan sebagai upaya seseorang untuk mencapai kesenangan atau kebahagiaan, meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh bersifat sementara. Menurut Solomon (2019), perilaku konsumen merupakan serangkaian proses di mana seseorang mengambil keputusan dengan melibatkan tahapan pencarian, pembelian, penilaian, dan penggunaan suatu barang atau jasa.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli tersebut maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah sebuah perilaku dari seorang individu yang memenuhi kebutuhannya atas dasar keinginan bukan atas dasar kebutuhan yang

didasari oleh sebuah pertimbangan mengambil keputusan sehingga menjadikan individu tersebut berlebihan yang bersifat pemborosan.

2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ada dua, Menurut Kotler & Armstrong (2018), terdapat dua kategori faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif, yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor Eksternal (Faktor kebudayaan, Faktor social dan Faktor Internal (Faktor psikologis,Faktor kepribadian)

1. Faktor Budaya

Faktor budaya ini meliputi budaya, sub-budaya, dan kelas sosial yang mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif.

1) Budaya

Budaya memainkan peran yang sangat signifikan dalam membentuk perilaku individu. Seseorang yang dibesarkan dalam suatu budaya akan belajar berbagai nilai, persepsi, dan perilaku melalui interaksi dengan lingkungan sekitarnya, termasuk dalam hal konsumsi barang. Setiap kelompok masyarakat memiliki kebudayaan yang unik, yang mempengaruhi perilaku pembeli. Dengan demikian, perilaku konsumen dapat bervariasi antara satu budaya dengan budaya lainnya.

2) Sub-budaya

Setiap budaya memiliki sub-budaya yang lebih kecil, yaitu kelompok-kelompok yang merasa terikat dalam suatu sistem nilai berdasarkan kesamaan pengalaman dan kondisi hidup bersama. Sub-budaya ini meliputi kelompok berdasarkan nasionalitas, agama, suku, dan wilayah. Perbedaan antara sub-

budaya ini pada akhirnya memengaruhi keputusan pembelian dan perilaku konsumsi terhadap suatu produk.

3) Kelas sosial

Kelas sosial adalah suatu bentuk pengelompokan komunitas yang pada akhirnya menentukan status seseorang dalam kelas sosial atas, menengah, atau bawah. Perbedaan dalam status sosial dan ekonomi ini akan memengaruhi sikap dan perilaku individu dalam mengonsumsi berbagai barang.

2. Faktor Sosial

Faktor sosial mencakup kelompok referensi, keluarga, peran dan status yang dapat mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif.

1) Kelompok referensi

Secara normal individu ingin menyesuaikan diri dengan lingkungannya, termasuk status individu dalam kelompok serta peranannya. Adanya kelompok referensi dapat mempengaruhi tindakan individu untuk bersifat konsumtif dengan menghadapkan individu pada pola dan gaya hidup baru

2) Keluarga

Faktor sosial mencakup keluarga, yang memiliki pengaruh signifikan terhadap perkembangan perilaku konsumtif individu. Kebiasaan keluarga dalam menggunakan barang dan jasa akan menjadi pola bagi individu tersebut. Oleh karena itu, keluarga memainkan peran penting dalam membentuk pola konsumsi individu.

3) Peran dan Status

Posisi seseorang dalam kelompok dapat didefinisikan melalui peran dan status. Peran mencakup kegiatan yang diharapkan dilakukan oleh individu sesuai dengan norma di sekitarnya. Setiap peran membawa status yang mencerminkan nilai yang diberikan oleh masyarakat. Umumnya, orang cenderung memilih produk berdasarkan peran dan status mereka.

3. Faktor Pribadi

Faktor pribadi meliputi usiadan tahap siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

1) Usia dan tahap siklus hidup

Usia, baik secara langsung maupun tidak langsung, dapat memengaruhi keputusan pembelian individu. Barang dan jasa yang dibeli akan mengalami perubahan seiring dengan perjalanan hidup mereka. Selera terhadap pakaian, makanan, dan barang lainnya akan berubah sejalan dengan bertambahnya usia. Pembelian juga dipengaruhi oleh tahap siklus hidup keluarga, yang mencerminkan fase-fase yang dilalui keluarga saat mereka berkembang seiring waktu.

2) Pekerjaan dan lingkungan ekonomi

Pekerjaan individu juga berperan dalam mempengaruhi pola konsumsi mereka. Perbedaan jenis pekerjaan antar individu akan menentukan perilaku konsumsi mereka, sama halnya dengan lingkungan ekonomi.

Pilihan barang yang dibeli sangat dipengaruhi oleh kondisi ekonomi yang dihadapi individu.

3) Gaya hidup

Gaya hidup mencerminkan pola rutinitas dan aktivitas individu dalam menghabiskan waktu dan uang. Gaya hidup menggambarkan aktivitas, minat, dan pandangan individu terhadap berbagai hal. Gaya hidup yang dimiliki seseorang dapat memengaruhi pola konsumsi dan keputusan pembelian barang.

4) Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian yang unik setiap individu berpengaruh terhadap perilaku pembelian mereka. Kepribadian merujuk pada karakteristik psikologis yang membedakan satu orang dari yang lain, yang cenderung konsisten dan bertahan lama dalam lingkungan mereka. Sementara itu, konsep diri yang berkaitan dengan kepribadian juga dikenal sebagai citra diri. Konsep diri mencerminkan identitas seseorang, yaitu “kita adalah apa yang kita miliki.”

4. Faktor Psikologis

Faktor psikologis meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, dan keyakinan dan sikap yang dapat mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif.

1) Motivasi

Motivasi adalah dorongan yang menggerakkan perilaku dan memberikan arah bagi perilaku individu. Motivasi tersebut akan mendorong individu untuk melakukan sesuatu, termasuk melakukan pembelian

2) Persepsi

Persepsi memiliki peran untuk menentukan tindakan individu. Masing-masing individu terhadap suatu produk juga akan memberikan pengaruh dalam keputusan pembeliannya. Perbedaan persepsi pada masing-masing individu inilah yang menyebabkan perbedaan tingkat perilaku konsumtif yang dihasilkan.

3) Pembelajaran

Belajar menggambarkan perubahan perilaku individu yang timbul oleh adanya pengalaman pembelian yang dilakukan individu merupakan proses belajar, di mana kepuasan membeli suatu produk akan menentukan keputusan pembelian produk tersebut di masa yang akan datang.

4) Kepercayaan dan sikap

Dengan melakukan suatu tindakan dan belajar, individu akan memperoleh kepercayaan dan sikap, termasuk perilaku belanjanya. Pengalaman belajar tersebut kemudian membentuk keyakinan dan sikap individu dalam melakukan pembelian.

Menurut Fardhani & Izzati (dalam Lutfiah, L dkk. 2022), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, di mana mereka menyatakan, “Perilaku boros disebabkan oleh dua unsur, yaitu variabel luar dan dalam. Variabel luar yang berpengaruh besar pada perilaku konsumtif mencakup budaya, kelas sosial, referensi pertemanan, dan keluarga. Sementara itu, komponen dalam yang memengaruhi

perilaku konsumtif meliputi inspirasi, proses pembelajaran, karakter, konsep diri, dan gaya hidup.”

a. Faktor Eksternal

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Fardhani & Izzati (dalam Lutfiah, L dkk. 2022), ia mengatakan bahwa adanya perilaku konsumtif disebabkan oleh dua unsur yaitu faktor luar dan dalam. Faktor luarnya terdiri dari kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, dan keluarga.

1. Kebudayaan

Globalisasi juga merupakan salah satu komponen yang mempengaruhi terjadinya keragaman sosial atau komparabilitas untuk wilayah lokal seluruh dunia. Seperti yang dikatakan oleh Mangkunegara (2000), “kebudayaan dicirikan sebagai akibat dari daya cipta manusia yang dimulai dari suatu zaman kemudian ke zaman berikutnya yang secara luar biasa menentukan jenis perilaku dalam kehidupan sebagai warga negara”. Budaya itu merupakan kebiasaan kebiasaan yang di anut oleh masyarakat, dari kebiasaan kebiasaan yang di anut oleh masyarakat dapat membentuk perilaku pada individu oleh karena itu budaya itu sebagai akibat dari daya cipta manusia sehingga timbul kebiasaan kebiasaan yang di anut. .Budaya juga merupakan kualitas, renungan, dan citra yang mempengaruhi perilaku, mentalitas, keyakinan, dan kecenderungan individu dan masyarakat.

2. Kelas Sosial

Yuniarti (2015) menyatakan bahwa. "kelas sosial adalah pembagian masyarakat ke berbagai kelas atau berbagai lapisan. Kelas social tidak hanya ditentukan oleh penghasilan individu tetapi kelas social itu dapat dipandang dari beberapa sudut pandang seperti tanggungjawab,cara hidup, gaya hidup dll. Perbedaan penghasilan setiap individu akan memengaruhi gaya hidup seseorang begitu juga dengan tanggungjawab seseorang.

3. Kelompok Referensi

Sebuah kelompok merupakan suatu pertemuan yang bermacam-macam dari dua individu atau lebih yang berkomunikasi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama. Seperti yang dikatakan oleh Sumarwan (2015), "kelompok referensi atau yang dikenal sebagai semacam perkumpulan perspektif adalah individu atau kumpulan individu yang pada dasarnya mempengaruhi perilaku individu". Setiap individu mempunyai hubungan dengan sosialnya, sesuai dengan tugas perkembangannya individu dituntut untuk bergabung dengan kelompok, baik itu kelompok sekolah, keluarga,teman sebaya,sahabat dll dari hubungan individu dengan kelompok akan memengaruhi bagaimana individu itu berperilaku.

4. Keluarga

Keluarga adalah lingkungan dimana sebagian besar pembeli tinggal dan berinteraksi dengan kerabat lainnya. Kerabat akan saling mempengaruhi dalam menentukan pilihan untuk membeli barang (Sumarwan, 2015). keluarga merupakan lingkungan terdekat dengan individu oleh karena itu,

sebagian besar keluarga akan memengaruhi bagaimana individu mengambil keputusan.

b. Faktor Internal

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Fardhani & Izzati (dalam Lutfiah, L dkk. 2022), ia mengatakan bahwa adanya perilaku konsumtif disebabkan oleh dua unsur yaitu faktor luar dan dalam. Faktor dalamnya terdiri dari motivasi, kepribadian, konsep diri, proses belajar, dan gaya hidup.

1. Motivasi

Motivasi ialah suatu keinginan yang ada di dalam diri seseorang sehingga mendorong ia membeli sesuatu. Ketika individu membutuhkan sesuatu maka individu akan mencari cara bagaimana cara untuk memenuhi kebutuhan itu. Seperti apabila kamu haus maka kami akan segera mencari minuman untuk menghilangkan rasa haus. Itu yang dinamakan dengan kondisi fisik seseorang akan mendorong seseorang bertindak dorongan inilah yang disebut motivasi. Hal ini sesuai dengan pemikiran Sumarwan (dalam Schiffman dan Kanuk, 2010) yang menyatakan bahwa, “inspirasi dapat digambarkan sebagai dorongan utama dalam diri orang yang mendorong mereka untuk beraktivitas. Dorongan utama ini tercipta oleh kondisi tekanan yang ada sebagai akibat dari kebutuhan yang tidak terpenuhi”.

2. Kepribadian

Setiap manusia, memiliki karakter yang berbeda masing masing individu memiliki keunikan dan sifat yang beragam dibail keberagaman

juga terdapat berbagai persamaan dengan individu lainnya. Bagi seorang pemasar sangat penting memahami bagaimana karakter individu karena dalam pembelian barang sangat identik dengan bagaimana cara memahami karakter setiap individu. Tetapi dalam karakter mereka yang beragam akan memengaruhi bagaimana mereka berperilaku dan hal itu juga yang membuat kebutuhan mereka yang berbeda. Hal ini sesuai dengan pemikiran Sumarwan (2015) yang menyatakan bahwa, “karakter diidentikkan dengan perbedaan dalam kualitas yang paling mendalam pada seseorang, perbedaan dalam hal ini menggambarkan kualitas yang unik dari masing-masing individu”.

3. Konsep Diri

Supranto (2011) menyebutkan bahwa, “konsep diri hanyalah keseluruhan pertimbangan dan sentimen tentang diri sendiri. Konsep diri sangat berpengaruh dengan bagaimana individu berperilaku karena bagaimana kita memandang diri kita sendiri, bagaimana kita berfikir berperilaku dengan lingkungan kita itulah yang disebut dengan konsep diri. Selain konsep diri, kontrol diri juga termasuk kedalam factor kepribadian yang memengaruhi perilaku konsumtif dimana kontrol diri itu merupakan kemampuan individu untuk mengontrol perilaku dalam bertindak bermasyarakat sesuai dengan social dan kemampuan individu dalam menentukan keputusan.

4. Proses belajar

Siklus pembelajaran adalah bagian utama dalam latihan pembelian yang diselesaikan dengan sengaja atau tidak sengaja dengan alasan bahwa interaksi ini pelanggan memainkan pekerjaan pasar sebagai pembeli yang layak, wajar, dan bersemangat. Beberapa konsumen yang kecewa akan suatu produk berarti mereka memiliki pengalaman yang buruk dan ada ketidakpuasan dalam produk tersebut. Seperti yang dikatakan oleh Sumarwan (Salomon, 2009) mendefinisikan, “belajar menyinggung perubahan perilaku yang cukup terusmenerus yang dibawa oleh pengalaman, belajar adalah perubahan perilaku yang relatif permanen yang diakibatkan oleh pengalaman”.

5. Gaya Hidup

Kebanyakan dari manusia gaya hidup lah yang menjadi seseorang tersebut menjadi konsumtif. Gaya hidup sebagai contoh dimana individu hidup dan menggunakan uang dan waktunya (designs in which individuals live and invest

Menurut tokoh lainnya Swasta dan Handoko (dalam Lestarina, dkk. 2017) Perilaku seseorang tidak lepas dari faktor- faktor yang mempengaruhi, begitu juga terjadinya perilaku konsumtif pada dewasa awal, antara lain ditentukan oleh faktor psikologis, faktor eksternal dan faktor internal. Faktor psikologis sekaligus merupakan faktor internal yaitu faktor yang berasal dari dalam diri seseorang, yang berpeluang memberikan pengaruh terhadap pembentukan perilaku: sikap, motivasi dan

keterlibatan minat dan konsep diri, persepsi, kepribadian, bakat, pengetahuan, hasil belajar dan sumber daya konsumen. Mangkunegara (2005:39) menyatakan bahwa perilaku konsumtif pada dasarnya dapat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu internal dan eksternal.

Faktor internal Faktor internal juga sangat mempengaruhi seseorang dalam bergaya hidup konsumtif (Mangkunegara, 2005:45), diantaranya:

1. Motivasi
2. Pengamatan dan proses belajar
3. Kepribadian dan konsep diri (Kotler, 1994:195)
4. Kepercayaan,

Faktor eksternal Faktor eksternal merupakan faktor dari luar individu yang berpengaruh terhadap pembentukan sikap dan perilaku, yaitu budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga dan situasi. merupakan faktor dari luar individu yang berpengaruh terhadap pembentukan sikap dan perilaku, yaitu budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga dan situasi. Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh lingkungan dimana ia dilahirkan dan dibesarkan. Variabel-variabel yang termasuk dalam faktor eksternal dan mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok anutan dan keluarga.

Faktor eksternal yaitu:

1. Kebudayaan
2. Kelas social
3. Kelompok anutan,
4. Keluarga (Mangkunegara, 2005:44).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat empat faktor yang mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif pada individu. Faktor-faktor tersebut yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis.

2.1.3 Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

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

a. Pembelian Impulsif (Impulsive buying)

Aspek ini menunjukkan bahwa seseorang melakukan pembelian hanya berdasarkan dorongan yang mendadak atau keinginan sesaat. Tindakan ini dilakukan tanpa pertimbangan matang, tanpa memikirkan konsekuensi yang mungkin timbul, dan biasanya bersifat emosional.

b. Pemborosan (Wasteful buying)

Perilaku konsumtif ini mengacu pada pengeluaran yang berlebihan tanpa adanya kebutuhan yang jelas. Tindakan ini cenderung mengarah pada pemborosan, yang dapat berdampak negatif pada kehidupan. Dari perspektif psikologi agama, ajaran agama memberikan norma-norma yang menjadi pedoman bagi para penganutnya dalam bersikap dan berperilaku. Norma-norma

tersebut berfungsi untuk membentuk kepribadian dan menjaga keselarasan hubungan sosial, sekaligus memenuhi ketaatan kepada Dzat yang supernatural.

c. Mencari kesenangan (Non rational buying)

Ini adalah perilaku di mana konsumen membeli barang semata-mata untuk mencari kesenangan. Salah satu bentuk kesenangan yang dicari adalah kenyamanan fisik, di mana orang dewasa muda cenderung merasa senang dan nyaman ketika menggunakan barang yang membuat mereka tampil berbeda dan terlihat trendy.

Menurut tokoh lainnya menyatakan tentang aspek-aspek perilaku konsumtif dari Suminar & Meiyuntari (2015) antara lain:

1. Aspek intensitas

Aspek intensitas merupakan tingkatan dimana seseorang ingin membeli barang tertentu. Intensitas cenderung meningkat pada perilaku konsumtif.

2. Aspek kebutuhan

Aspek kebutuhan mengacu pada kebutuhan seseorang untuk membeli sesuatu.

3. Aspek kepuasan

Aspek kepuasan mengarah kepada rasa puas yang dialami seseorang ketika membeli sesuatu atau membeli suatu barang.

4. Aspek prestige

Aspek ini mengarah kepada prestige atau ketenaran atau popularitas. Jika membeli suatu barang bermerk maka prestige seseorang yang menggunakan barang tersebut akan meningkat.

5. Aspek status sosial, kekayaan dan keistimewaan

Aspek ini mengungkapkan kedudukan sosial seseorang; jika seseorang membeli barang kelas atas, kemungkinan besar mereka berasal dari kelas atas atau memiliki status sosial yang tinggi.

Menurut (Asri, 2012), aspek aspek perilaku konsumtif yakni adanya suatu keinginan mengkonsumsi secara berlebihan dan perilaku tersebut dilakukan bertujuan untuk mencapai kepuasan.

1. Adanya suatu keinginan mengkonsumsi secara berlebihan Hal ini akan menimbulkan pemborosan dan bahkan inefisiensi biaya, apa lagi individu yang belum mempunyai penghasilan sendiri.
 - a. Pemborosan Perilaku konsumtif yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produknya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok. Perilaku ini hanya berdasarkan pada keinginan untuk mengkonsumsi barang barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal.
 - b. Inefisiensi Biaya Pola konsumsi seseorang terbentuk pada individu yang biasanya mudah terbuju rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya sehingga menimbulkan inefisiensi biaya.
2. Perilaku tersebut dilakukan bertujuan untuk mencapai kepuasan semata Kebutuhan yang dipenuhi bukan merupakan kebutuhan yang utama melainkan kebutuhan yang dipenuhi hanya sekedar mengikuti arus mode, ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial tanpa

memperdulikan apakah memang dibutuhkan atau tidak. Padahal hal ini justru akan menimbulkan kecemasan. Rasa cemas disini timbul karena merasa harus tetap mengikuti perkembangan dan tidak ingin dibilang ketinggalan.

- a. Mengikuti Mode Individu yang memiliki orang tua dengan kelas ekonomi yang cukup berada, terutama di kota-kota besar, mall sudah menjadi rumah kedua. Mereka ingin menunjukkan bahwa mereka juga dapat mengikuti mode yang sedang beredar. Padahal mode itu sendiri selalu berubah sehingga individu tidak pernah puas dengan apa yang dimilikinya.
- b. Memperoleh Pengakuan Sosial Perilaku konsumtif pada individu sebenarnya dapat dimengerti bila melihat usia individu tersebut sebagai usia peralihan dalam mencari identitas diri. Individu ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungan itu. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain yang sebaya yang menyebabkan individu berusaha untuk mengikuti berbagai atribut yang sedang trend.

Berdasarkan Berdasarkan berbagai faktor yang diuraikan oleh tokoh-tokoh di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif mencakup kecenderungan individu untuk melakukan pembelian impulsif dan berlebihan tanpa pertimbangan yang rasional. Perilaku ini tidak didorong oleh kebutuhan utama, melainkan oleh dorongan emosional, pencarian kesenangan, kepuasan, prestise, status sosial, dan pengakuan dari orang lain. Akibatnya, perilaku konsumtif ini sering kali menimbulkan dampak negatif

seperti pemborosan, kecemasan, dan kesulitan dalam mengelola keuangan dengan bijak.

2.1.4 Karakteristik Perilaku Konsumtif

Sumartono (dalam Sovitriana & Lubis 2019), berpendapat bahwa ada 8 ciri-ciri perilaku konsumtif, yaitu :

- a. Membeli karena penawaran hadiah yang menarik. Pembelian barang tidak lagi berfokus pada manfaatnya, melainkan lebih kepada mendapatkan hadiah yang ditawarkan .
- b. Membeli karena kemasannya yang menarik. Individu tertarik untuk membeli suatu produk karena kemasannya yang unik dan berbeda. Kemasan yang menarik dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen.
- c. Membeli karena menjaga penampilan diri dan gengsi. Gengsi mendorong individu untuk membeli barang yang dianggap dapat memperbaiki penampilan, daripada memilih barang lain yang lebih diperlukan.
- d. Membeli barang karena program potongan harga. Pembelian barang tidak berdasarkan manfaatnya, tetapi lebih kepada daya tarik harga yang ditawarkan.
- e. Kecenderungan membelibarang yang dianggap dapat menjaga status sosialnya.
- f. Menggunakan barang karena pengaruh model iklan. Individu cenderung membeli barang untuk meniru gaya model dalam iklan
- g. Penilaian bahwa membeli barang dengan harga yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Individu membeli barang atau

produk bukan berdasarkan kebutuhannya tetapi karena memiliki harga yang mahal untuk menambahkan kepercayaan dirinya.

- h. Mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merk yang berbeda. Individu akan cenderung membeli produk baru dengan merk yang berbeda walaupun sebelumnya belum habis dipakainya.

Menurut Ramadhani (dalam Lutfiah L , dkk 2022) ciri-ciri perilaku konsumtif yaitu:

1. Memiliki Rasa Gengsi yang Tinggi

Sifat ini seringkali mendorong seseorang untuk bersikap konsumtif, karena mereka ingin terlihat mampu dalam berbagai aspek kehidupan. Rasa gengsi dapat memicu persaingan ekonomi, di mana melihat orang lain membeli barang mewah membuat mereka merasa perlu untuk membeli sesuatu yang bahkan lebih mewah.

2. Selalu Mengikuti Tren

Mengikuti tren bisa menjadi hal positif bagi sebagian orang, namun jika dilakukan secara berlebihan, hal ini bisa berakhir negatif. Beberapa tren yang sering diikuti termasuk tren gadget, fashion, dan lainnya. Kecenderungan ini mendorong seseorang untuk terus berbelanja sesuai dengan tren terkini, meskipun sebenarnya mereka sudah memiliki barang serupa.

3. Terbiasa Hidup Bermewah

Setiap orang tentu menginginkan kehidupan yang mewah. Hasrat untuk memiliki barang-barang dan fasilitas mewah seringkali membuat seseorang menjadi konsumtif.

4. Suka Dikagumi oleh Orang Lain

Menggunakan pakaian bermerek membuat seseorang tampak menarik di mata orang lain. Pujian yang diterima dapat meningkatkan kebahagiaan mereka, sehingga memicu keinginan untuk terus tampil menarik dengan berbagai fashion yang dikenakan.

Selain itu, ciri perilaku konsumtif menurut Triyaningsih (2011) adalah sebagai berikut:

1. Mudah tertarik pada mode
2. Mudah dipengaruhi oleh iklan
3. Rentan terhadap rayuan dari penjual
4. Tidak hemat
5. Kurang realistis saat berbelanja
6. Berusaha tampil berbeda
7. Melakukan pembelian berulang kali
8. Senang membayangkan gaya hidup mewah
9. Suka membeli perhiasan mewah
10. Menyukai barang-barang mewah
11. Menggemari produk elektronik yang sedang tren

12. Menyukai penggunaan produk berkualitas

13. Cenderung membeli produk mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri

Berdasarkan beberapa ahli di atas maka dapat disimpulkan Perilaku konsumtif ditandai oleh kecenderungan individu untuk melakukan pembelian yang tidak berdasarkan kebutuhan dasar atau manfaat fungsional, melainkan dipengaruhi oleh faktor emosional, gengsi, penampilan diri, status sosial, serta daya tarik eksternal seperti kemasan, hadiah, potongan harga, iklan, dan figur publik. Perilaku konsumtif juga terlihat dari kecenderungan mengikuti tren, membeli barang bermerek atau mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri dan mendapatkan pengakuan sosial, melakukan pembelian berulang meskipun barang sebelumnya belum habis digunakan, serta menjalani gaya hidup yang kurang hemat dan berorientasi pada kemewahan.

2.2 Gaya Hidup Hedonis

2.2.1 Pengertian Gaya Hidup Hedonis

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, hedonisme adalah pandangan yang menganggap kesenangan dan kenikmatan materi sebagai tujuan utama dalam hidup. Berdasarkan kata “hedone” (Yunani) yang berarti kesenangan, hedonisme merupakan pandangan moral yang menyatakan bahwa yang baik hanyalah kesenangan. Ini adalah pandangan hidup yang mempercayai bahwa kebahagiaan dapat dicapai dengan mengejar kesenangan sebanyak mungkin dan menghindari perasaan-perasaan yang menyakitkan (Setianingsih, dalam Purnama 2022).

Plummer (dalam Arga, 2012) menjelaskan bahwa gaya hidup adalah cara hidup individu yang ditentukan oleh cara mereka menghabiskan waktu (aktivitas), apa yang dianggap penting dalam hidup (ketertarikan), dan bagaimana mereka memandang dunia di sekitar mereka. Pendapat ini menunjukkan bahwa gaya hidup sangat mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang dalam tiga aspek utama kehidupan: pekerjaan, persahabatan, dan cinta. Chaney (dalam Utami, 2023) menambahkan bahwa gaya hidup hedonis adalah pola hidup yang aktivitasnya ditujukan hanya untuk mencari kesenangan, ditunjukkan dengan menghabiskan waktu di luar rumah, menikmati keramaian, membeli barang-barang mewah, dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.

Menurut Susianto (Rianto, 2013), karakter individu dengan gaya hidup hedonis cenderung impulsif, senang menjadi pusat perhatian, mengikuti tren, dan peka terhadap inovasi baru. Suwindo (Rianto, 2013) juga menambahkan bahwa individu dengan gaya hidup hedonis bersifat lebih irasional dan mudah dipengaruhi. Mereka cenderung mengutamakan nilai kenikmatan, harta benda, dan hiburan, sehingga aktivitas yang dilakukan lebih menekankan pada konsumsi dan kesenangan (Ulfah, 2013).

Dari pendapat-pendapat para tokoh tersebut, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup hedonis adalah pola perilaku sehari-hari seseorang yang menghabiskan waktu dan uang untuk membeli barang-barang mewah yang disukai serta berusaha menjadi pusat perhatian.

2.2.2 Faktor Faktor Gaya Hidup Hedonis

Menurut Armstrong (dalam Susanto, 2013), terdapat faktor faktor yang mempengaruhi gaya hidup yakni sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, persepsi.

a. Faktor internal

1. Sikap

Merupakan cara seseorang dalam menanggapi suatu hal yang terjadi sesuai dengan keadaan jiwa maupun pikirannya yang terpengaruh oleh pengalaman dan secara langsung dapat memengaruhi perilaku orang tersebut. Sikap ini bisa terjadi karena lingkungan social, kebiasaan, kebudayaan dan tradisi.

2. Pengalaman dan pengamatan

Pengalaman dapat memengaruhi cara individu dalam mengamati suatu hal, sehingga dapat terbentuk pandangan- pandangan pribadi mereka terhadap sesuatu, dan pengalaman ini terbentuk atas tindakan – tindakan masa lalu. Pengalaman diperoleh atas proses belajar yang berlaku dan juga nantinya dapat disalurkan kepada orang lain melalui pengajaran atas dasar yang didapatnya. Hal ini dapat memengaruhi gaya hidup individu, pengamatan dan pengalaman juga berpengaruh atas opini individu sehingga muncul bentuk dari gaya hidup yang akan berlaku.

3. Persepsi

Persepsi merupakan proses dalam memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk pemahaman dan gambaran mengenai suatu hal.

4. Motif

Motif kebutuhan akan membentuk perilaku individu, baik yang didasari pemenuhan kebutuhan fisik, rasa aman, rasa dihargai, dan kebutuhan – kebutuhan lainnya. Kebutuhan manusia dapat dilihat dari berbagai teori yang terkenal dan salah satunya adalah teori kebutuhan Maslow. Motif kebutuhan akan prestise yang besar dapat memicu seseorang untuk bergaya hidup hedonis dan eninggalkan kesederhanaan.

5. Kepribadian

Kepribadian akan selalu berubah dari masa ke masa, kepribadian seseorang juga berbeda antara satu dengan individu lainnya, sehingga dari pihak pemasar ataupun produsen misalnya, akan selalu mengamati dan memengaruhi buying behavior dari konsumen. Kepribadian bukanlah sesuatu yang dipakai seseorang secara fisik semata, melainkan totalitas perilaku individu dalam situasi bagaimanapun.

6. Konsep diri

Salah satu hal yang dapat menentukan kepribadian seseorang adalah konsep diri. Cara orang memandang dirinya sendiri, dapat menentukan minat pada objek juga pada suatu produk. Konsep diri merupakan inti dari suatu kepribadian yang dapat memengaruhi cara dalam mengatasi masalah

hidup. Konsep diri juga merupakan frame of reference yang termasuk awal dalam berperilaku.

b. Faktor eksternal

1. Keluarga

Keluarga memainkan peran penting dalam membentuk perilaku dan sikap individu, yang pada akhirnya menentukan gaya hidup mereka. Dengan persentase yang paling besar dan waktu terlama, pengaruh keluarga sangat signifikan. Oleh karena itu, setiap nasihat dan pengalaman yang disampaikan dalam keluarga harus disampaikan dengan hati-hati, karena dapat membentuk gaya hidup seseorang. Kebiasaan anggota keluarga saling terobservasi dalam kehidupan sehari-hari, dan bukan hal yang aneh jika terdapat kesamaan gaya hidup di antara mereka akibat pengamatan tersebut.

2. Kelompok Referensi

Kelompok referensi terdiri dari sekelompok orang yang dianggap memiliki pengetahuan dan mampu mempengaruhi proses pembentukan sikap serta perilaku, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kelompok ini dapat mengubah persepsi individu, sehingga pilihan belanja, misalnya, sering kali dipengaruhi oleh kelompok referensi tersebut, yang pada akhirnya membentuk gaya hidup. Kelompok referensi bisa berupa individu yang dihormati dalam masyarakat, berdasarkan ilmu, pengalaman, silsilah, reputasi, dan lainnya. Selain itu, kelompok referensi juga mencerminkan perilaku

konformitas, yaitu pengaruh sosial yang mendorong perubahan sikap dan perilaku agar sesuai dengan nilai-nilai sosial yang berlaku.

3. Kelas Sosial

Kelas sosial adalah sekelompok orang yang relatif homogen dan bertahan lama dalam masyarakat, tersusun dalam jenjang yang berlaku. Kelas sosial dibentuk berdasarkan nilai, minat, dan perilaku yang serupa. Biasanya, kelas sosial terbentuk dari kebutuhan akan prestise dan sangat terkait dengan kekuatan ekonomi serta norma budaya. Kelas sosial dapat dibagi menjadi tiga kategori: bawah, tengah, dan atas, dan masing-masing kategori ini cenderung memiliki ciri dan keunikan yang khas.

4. Kebudayaan

Kebudayaan terdiri dari berbagai elemen, termasuk minat, ilmu pengetahuan, seni, hukum, adat istiadat, kepercayaan, dan kebiasaan lainnya. Semua elemen ini pada akhirnya membentuk gaya hidup yang melekat pada setiap individu.

2.2.3 Aspek Aspek Gaya Hidup Hedonis

Adapun Adapun tiga aspek gaya hidup yang diidentifikasi oleh Kotler & Armstrong (2018) adalah aktivitas, minat, dan pendapat.

a. Aktivitas (Activities)

Aktivitas merujuk pada tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk mencapai tujuan tertentu. Aktivitas ini dapat mencakup tugas,

pekerjaan, atau kegiatan lain yang melibatkan interaksi manusia dengan lingkungan sekitar. Beberapa contoh aktivitas meliputi pekerjaan, hobi, makanan, belanja, olahraga, dan acara sosial.

b. Minat (Interest)

Minat adalah kecenderungan atau ketertarikan seseorang terhadap hal, topik, atau kegiatan tertentu. Ini mencerminkan ketertarikan pribadi yang memberikan kepuasan atau kenikmatan. Contoh minat meliputi makanan, fashion, keluarga, dan rekreasi.

c. Pendapat (Opinions)

Pendapat merupakan respons lisan atau tertulis yang diberikan individu sebagai jawaban terhadap suatu stimulus, biasanya berupa pertanyaan. Pendapat ini digunakan untuk mendeskripsikan interpretasi, harapan, dan evaluasi, termasuk kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi peristiwa yang akan datang, serta pertimbangan konsekuensi dari berbagai tindakan alternatif.

Tiga Aspek Gaya Hidup Hedonisme Menurut Well dan Tigert (Solomon, 2024)

Menurut Well dan Tigert (Solomon, 2024), terdapat tiga aspek penting dalam gaya hidup hedonisme, yaitu:

a. Aktivitas (Activities)

Aktivitas merujuk pada cara seseorang menggunakan waktu mereka dalam tindakan nyata yang dapat terlihat secara fisik. Contohnya termasuk menghabiskan waktu luang di luar rumah, seperti mengunjungi pusat perbelanjaan, kafe, dan membeli barang-barang yang sebenarnya tidak diperlukan.

b. Minat (Interest)

Minat adalah hal-hal yang menarik perhatian individu di sekitarnya, yang membuat mereka memilih untuk memperhatikannya. Minat ini dapat muncul terhadap objek, peristiwa, atau topik yang memiliki unsur kesenangan. Contohnya meliputi fashion, barang-barang mewah, dan kuliner.

c. Opini (Opinions)

Opini digunakan untuk menggambarkan pemikiran, harapan, dan evaluasi seseorang dalam berperilaku, yang berkaitan dengan "jawaban" baik secara lisan maupun tulisan sebagai respons terhadap situasi stimulus berupa "pertanyaan" yang diajukan, terlihat dalam tindakan langsung.

Menurut Gaya Hidup Hedonis Menurut Reynold & Draden (dalam Sumantri, P. M., & Kurniawati, M. 2023), gaya hidup hedonis terdiri dari tiga aspek, yaitu:

1. Kegiatan (Activities)

Ini adalah tindakan nyata yang dilakukan oleh seseorang. Kegiatan mencakup pekerjaan, rutinitas sehari-hari, olahraga, dan lain-lain.

2. Minat (Interest)

Merupakan tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus atau berkelanjutan. Minat ini mencakup aspek seperti keluarga, pekerjaan, komunitas, pola makan, penampilan, dan hubungan dengan lawan jenis.

3. Pendapat (Opinion)

Ini adalah tanggapan lisan atau tertulis yang diberikan individu sebagai respons terhadap suatu stimulus, di mana pertanyaan diajukan. Pendapat berfungsi untuk

mendeskripsikan penafsiran, harapan, dan evaluasi, termasuk kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi terhadap peristiwa di masa depan, serta pertimbangan tentang konsekuensi dari tindakan alternatif yang dapat memberikan ganjaran atau hukuman.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup hedonis adalah pola hidup yang tercermin melalui minat terhadap hal-hal yang menyenangkan, aktivitas yang berorientasi pada kesenangan, serta opini yang mendukung pencarian kenikmatan dalam kehidupan sehari-hari.

2.2.4 Karakter Gaya Hidup Hedonis

Swastha (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

Menurut Yurikasari dkk. (2020), karakteristik gaya hidup hedonis meliputi:

1. Tinggal di Kota Besar: Umumnya, individu dengan gaya hidup hedonis hidup di kota besar, di mana akses informasi yang lebih baik berdampak pada gaya hidup mereka.
2. Mengikuti Perkembangan Zaman: Mereka secara intensif mengikuti tren terkini melalui majalah dan media sosial, untuk tetap up to date.

3. Penampilan Modis dan Trendy: Secara umum, mereka memiliki penampilan yang selalu modis dan mengikuti tren.

Menurut Menurut Cicero dalam Russell et al. (2016), karakteristik gaya hidup hedonis dapat diidentifikasi melalui ciri-cirinya sebagai berikut:

1. Pandangan Hidup Instan: Memfokuskan perhatian pada hasil akhir, tanpa memperhatikan proses yang dilalui. Hal ini mendorong individu untuk merasionalisasi demi memenuhi kesenangan mereka.
2. Pengejar Identitas Fisik: Memiliki pandangan bahwa kepemilikan barang-barang berteknologi tinggi dan mewah merupakan suatu kebanggaan.
3. Cita Rasa Tinggi: Sering kali merasa tidak puas dengan kenikmatan yang bagi orang lain sudah cukup memuaskan.
4. Keinginan Spontan: Memiliki banyak keinginan yang muncul secara tiba-tiba.
5. Ketidakmampuan Menghadapi Kesulitan: Merasa dunia sangat tidak adil saat menghadapi masalah.
6. Kesulitan Mengatur Keuangan: Uang yang dimiliki cepat habis dan sulit untuk menabung, bahkan untuk kebutuhan sehari-hari.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa karakteristik gaya hidup hedonis tampak dari kecenderungan individu yang berfokus pada pencarian kesenangan, kepuasan instan, dan kenikmatan materi. Ini ditandai dengan perilaku impulsif, kurang rasional, mudah dipengaruhi oleh lingkungan sosial, serta cenderung mengikuti tren dan gaya hidup modern.

Selain itu, individu dengan gaya hidup hedonis umumnya memiliki kebutuhan tinggi akan pengakuan sosial, penampilan yang modis dan mewah, pandangan hidup yang serba instan, kesulitan dalam mengelola keuangan, serta menjadikan konsumsi sebagai cara untuk membentuk identitas diri dan memenuhi kepuasan emosional.

2.3 Dewasa Awal

2.3.1 Pengertian Dewasa Awal

Masadewasa awal adalah periode di mana individu siap untuk mengambil peran dan tanggung jawab serta menerima posisi dalam masyarakat, berpartisipasi dalam hubungan sosial, dan mulai menjalin hubungan dengan lawan jenis (Pratita et al., 2022). Kenniston (dalam Yusuf, 2011) menyatakan bahwa terdapat dua kriteria utama yang menandai awal masa dewasa: kemandirian ekonomi dan kemandirian dalam pengambilan keputusan. Usia dewasa awal adalah fase di mana individu mengalami perubahan penting dalam hidupnya, dan mereka yang berada dalam fase ini biasanya dianggap telah memiliki kepribadian yang cukup stabil.

Menurut Santrock (Annisa Salsabila & Dinda Dwarawati, 2022), masa dewasa awal berlangsung dari usia 18 hingga 25 tahun. Pada fase ini, individu mulai memasuki proses pendewasaan, serius dalam belajar untuk membangun karier yang baik, serta mengenal dan menjalin hubungan dengan lawan jenis. Masa dewasa awal adalah waktu di mana individu harus siap secara fisik dan mental untuk menerima tanggung jawab yang datang dengan fase perkembangan selanjutnya dalam kehidupan masyarakat (Jayanti & Masykur, 2015).

Orang yang berada dalam masa dewasa awal juga menghadapi dinamika pergaulan di masyarakat kota besar yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan hidup. Fenomena ini sangat berkaitan dengan lingkungan sosial, di mana individu berusaha menyesuaikan diri dengan keragaman sosial dan budaya yang ada. Selain itu, masa dewasa awal merupakan tahap pencarian identitas, sehingga individu lebih mudah terpengaruh oleh hal-hal baru (Islamy, Yuniwati, & Abdullah, 2020).

Pada fase dewasa awal ini, individu langsung dihadapkan pada dunia baru yang mengubah pandangan mereka. Mereka tidak lagi dilihat sebagai remaja, melainkan sebagai orang dewasa yang dianggap mampu hidup secara mandiri dan bertanggung jawab (Intani & Indati, 2019).

Dewasa awal dimulai pada umur 18 tahun sampai kira-kira umur 40 tahun saat perubahan-perubahan fisik dan psikologis yang menyertai berkurangnya kemampuan reproduktif (Hurlock, 2011). Sementara itu, Hurlock (2011) membagi masa dewasa menjadi tiga bagian, yaitu :

- a. Masa Dewasa Dini yang berlangsung antara usia 18-40 tahun
- b. Masa Dewasa Madya yang berlangsung antara usia 40-60 tahun
- c. Masa Dewasa Lanjut yang berlangsung antara usia 60 tahun sampai kematian.

Berdasarkan beberapa tokoh di atas dapat disimpulkan bahwa dewasa awal merupakan fase penting dalam kehidupan seseorang, di mana individu mulai siap untuk mengambil peran dan tanggung jawab yang lebih besar, baik dalam kehidupan pribadi maupun profesional. Pada tahap ini, mereka mengeksplorasi pilihan karier yang sesuai

dengan minat dan keahlian serta mulai membangun jaringan profesional. Selain aspek profesional, dewasa awal juga penting untuk memperluas interaksi sosial, mengembangkan hubungan yang lebih dalam dengan teman, rekan kerja, dan komunitas. Ini juga waktu di mana individu membangun hubungan romantis yang serius, mempertimbangkan hubungan jangka panjang, dan belajar berkomunikasi secara efektif dengan pasangan mereka. Dewasa awal penuh peluang dan tantangan, menuntut keseimbangan antara tanggung jawab pribadi dan sosial.

2.3.2 Ciri Ciri Dewasa Awal

Hurlock (2011) menguraikan secara ringkas ciri-ciri dewasa yang menonjol dalam masa-masa dewasa awal sebagai berikut:

1. Masa Dewasa Dini sebagai Masa Pengaturan

Masa dewasa awal merupakan periode pengaturan. Pada tahap ini, individu mulai menerima tanggung jawab sebagai orang dewasa. Ini berarti pria mulai membangun karir mereka, sementara wanita diharapkan untuk mengambil peran sebagai ibu dan pengelola rumah tangga.

2. Masa Dewasa Dini sebagai Usia Produktif

Peran sebagai orang tua adalah salah satu peran terpenting dalam kehidupan dewasa. Individu yang menikah mulai menjalani peran ini saat berusia dua puluh hingga tiga puluh tahun.

3. Masa Dewasa Dini sebagai Masa Bermasalah

Di tahun-tahun awal masa dewasa, banyak tantangan baru yang harus dihadapi seseorang. Masalah-masalah ini berbeda secara signifikan dari pengalaman yang telah dialami sebelumnya.

4. Masa Dewasa Dini sebagai Masalah Ketegangan Emosional

Dalam periode ini, banyak individu mampu menghadapi dan menyelesaikan masalah dengan baik, sehingga mereka menjadi lebih stabil dan tenang.

5. Masa Dewasa sebagai Masa Keterasingan Sosial

Keterasingan ini semakin meningkat karena adanya semangat bersaing dan keinginan yang kuat untuk maju dalam karir, sehingga keramahan masa remaja digantikan oleh kompetisi di masyarakat dewasa.

6. Masa Dewasa Dini sebagai Masa Komitmen

Setelah memasuki fase dewasa, individu akan mengalami transformasi, di mana mereka akan memiliki tanggung jawab dan komitmen yang lebih besar.

7. Masa Dewasa Dini Sering Merupakan Masa Ketergantungan

Meskipun telah mencapai status dewasa, banyak individu masih bergantung pada orang lain dalam berbagai situasi. Ketergantungan ini mungkin terkait dengan pembiayaan pendidikan mereka.

8. Masa Dewasa Dini sebagai Masa Perubahan Nilai

Perubahan nilai ini dipicu oleh beberapa alasan, seperti keinginan individu untuk diterima oleh kelompok orang dewasa serta kesadaran bahwa kelompok sosial berpegang pada nilai-nilai konvensional dalam keyakinan dan perilaku.

9. Masa Dewasa Dini sebagai Masa Penyesuaian Diri dengan Cara Hidup Baru

Individu dalam fase ini mengalami banyak perubahan, di mana gaya hidup baru paling menonjol dalam aspek pernikahan dan peran sebagai orang tua.

10. Masa Dewasa Dini sebagai Masa Kreatif

Ekspresi kreativitas yang muncul setelah individu dewasa akan bergantung pada minat dan kemampuan masing-masing, serta kesempatan untuk mewujudkan keinginan dan kegiatan yang memberikan kepuasan. Beberapa menyalurkan kreativitas melalui hobi, sementara yang lain menemukannya di tempat kerja yang memungkinkan mereka untuk mengekspresikan diri.

Sedangkan menurut Anderson (dalam Putri, A. F. 2019) ada beberapa ciri-ciri orang dewasa awal adalah:

1. Berorientasi pada tugas, bukan pada diri atau ego, minat orang matang berorientasi pada tugas-tugas yang dikerjakannya, dan tidak condong pada perasaan-perasaan diri sendiri atau untuk kepentingan pribadi.
2. Tujuan-tujuan yang jelas dan kebiasaan-kebiasaan yang efisien, seseorang yang matang melihat tujuan-tujuan yang ingin dicapainya secara jelas dan tujuan-tujuan itu dapat didefinisikannya secara cermat dan tahu mana yang pantas dan yang tidak serta bekerja secara terbimbing menuju arahnya.
3. Mengendalikan perasaan pribadi, seseorang yang matang dapat menyetir perasaan-perasaan sendiri yang tidak dikuasai oleh perasaan-perasaannya dalam mengerjakan sesuatu atau berhadapan dengan orang lain. Dia tidak

mementingkan dirinya sendiri, tetapi mempertimbangkan pula perasaan-perasaan orang lain.

4. Keobjektifitas, orang matang memiliki sikap objektif yaitu berusaha mencapai keputusan dalam keadaan yang bersesuaian dengan kenyataan.
5. Menerima kritik dan saran, orang matang memiliki kemauan yang realistis, paham bahwa dirinya tidak selalu benar, sehingga terbuka terhadap kritik-kritik dan saran-saran orang lain demi peningkatan dirinya.
6. Pertanggungjawaban terhadap usaha-usaha pribadi, orang yang matang mau memberi kesempatan pada orang lain membantu usaha-usahanya untuk mencapai tujuan.
7. Penyesuaian yang realistis terhadap situasi-situasi baru.

Ciri-Ciri Masa Dewasa Dini Menurut Jahja Yudrik (Paputungan, F. 2023)

1. Masa Pengaturan (Settle Down)

Pada tahap ini, seseorang akan melakukan eksplorasi untuk menemukan apa yang paling tepat dan memenuhi kebutuhannya. Setelah menemukan pola hidup yang diyakini, individu tersebut akan mengembangkan perilaku, sikap, dan nilai-nilai yang menjadi ciri khas sepanjang hidupnya.

2. Masa Usia Produktif

Disebut masa produktif karena pada usia ini adalah waktu yang tepat untuk menentukan pasangan hidup, menikah, dan memiliki anak. Organ reproduksi juga sangat aktif dalam memproduksi keturunan.

3. Masa Dewasa

Ini adalah fase yang penuh tantangan dan masalah, di mana individu harus beradaptasi dengan peran barunya (perkawinan vs. pekerjaan). Ketidakmampuan untuk mengatasi tantangan ini dapat menyebabkan masalah. Ada tiga faktor yang membuat fase ini rumit yaitu Ketidaksiapan individu dalam menghadapi perubahan peran, Keterkejutan menghadapi dua atau lebih peran yang harus dijalani secara bersamaan dan Minimnya dukungan dari orang tua atau pihak lain dalam menyelesaikan masalah.

4. Kondisi Emosional di Usia 20-an

Pada usia ini, kondisi emosional seseorang cenderung tidak stabil. Mereka bisa merasa gelisah dan mudah memberontak. Selain itu, kekhawatiran tentang status pekerjaan dan peran baru sebagai orang tua sering kali muncul. Namun, memasuki usia 30-an, emosi seseorang cenderung menjadi lebih stabil.

5. Masa Keterasingan Sosial

Masa dewasa dini sering kali ditandai dengan “krisis isolasi,” di mana individu merasa terasing dari kelompok sosial. Aktivitas sosial terbatas akibat tekanan pekerjaan dan keluarga, serta hubungan dengan teman sebaya menjadi renggang. Keterasingan ini diperburuk oleh semangat bersaing dan hasrat untuk maju dalam karir.

6. Masa Komitmen

7. Pada fase ini, individu mulai menyadari pentingnya komitmen.

Mereka membentuk pola hidup, tanggung jawab, dan komitmen baru.

8. Masa Ketergantungan

Selama awal masa dewasa dini hingga akhir usia 20-an, seseorang masih memiliki ketergantungan pada orang tua atau organisasi yang mengikat mereka.

9. Masa Perubahan Nilai

Nilai-nilai seseorang berubah seiring pengalaman dan hubungan sosial yang semakin luas. Mereka mulai melihat nilai-nilai dari perspektif orang dewasa, dan perubahan ini bisa meningkatkan kesadaran positif untuk diterima dalam kelompok dengan mengikuti aturan yang disepakati. Pada fase ini, nilai konvensional dalam keyakinan mulai lebih diterima, dan egosentrisme biasanya bertransformasi menjadi sosial setelah menikah.

10. Masa Penyesuaian Diri dengan Hidup Baru

Setelah mencapai masa dewasa, individu harus lebih bertanggung jawab, mengingat mereka memiliki peran ganda sebagai orang tua dan pekerja.

11. Masa Kreatif

Disebut sebagai masa kreatif karena individu bebas berkreasi sesuai keinginan. Namun, kreativitas ini tergantung pada minat, potensi, dan kesempatan. Menurut Dr. Harold Shyrock dari Amerika Serikat, ada lima faktor yang menunjukkan kedewasaan: ciri fisik, kemampuan mental, pertumbuhan sosial, emosi, dan pertumbuhan spiritual serta moral

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa masa dewasa awal merupakan periode penting dalam kehidupan seseorang yang ditandai dengan transisi dari masa remaja menuju masa dewasa yang sesungguhnya. Pada tahap ini, individu mulai membentuk identitas diri yang lebih stabil, mengambil keputusan secara mandiri,

dan memikul tanggung jawab yang lebih besar baik dalam aspek pribadi, sosial, maupun profesional.

2.4 Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif

Berdasarkan penelitian Anggraini dan Santhoso (2017) dewasa ini, perilaku konsumtif telah melanda semua kalangan masyarakat salah satunya ialah kaum 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. Menurut Bush (Hylander, 2013) remaja merupakan salah satu kelompok yang sangat potensial bagi pemasaran produk mereka, sehingga remaja tumbuh dalam budaya konsumerisme yang membuat remaja terlibat dalam perilaku konsumtif.

Menurut Kotler dan Armstrong (2018), gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam psikografis yang artinya identifikasi karakteristik kepribadian dan sikap yang mempengaruhi gaya hidup seseorang dan perilaku pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong (2018) gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresi kan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya, apa yang dipikir kan terhadap segala hal disekitarnya dan seberapa jauh kepedulian dengan hal itu dan juga apa yang dipikirkan tentang dirinya sendiri dan dunia luar.

Dalam penelitian Nadzir 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. Maka gaya hidup hedonis merupakan penyebab utama perilaku konsumtif yang sering terjadi di kalangan mahasiswi. Mahasiswi 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.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hasnidar Thamrin dan Adnan Achiruddin Saleh (2021) menunjukkan adanya korelasi yang substansial antara perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonis. Hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa perilaku konsumtif memiliki hubungan positif dengan gaya hidup hedonis, di mana semakin tinggi gaya hidup hedonis seseorang, maka semakin tinggi pula kecenderungan individu tersebut untuk berperilaku konsumtif. Sebaliknya, semakin rendah gaya hidup hedonis individu, maka kecenderungan perilaku konsumtif juga semakin rendah.

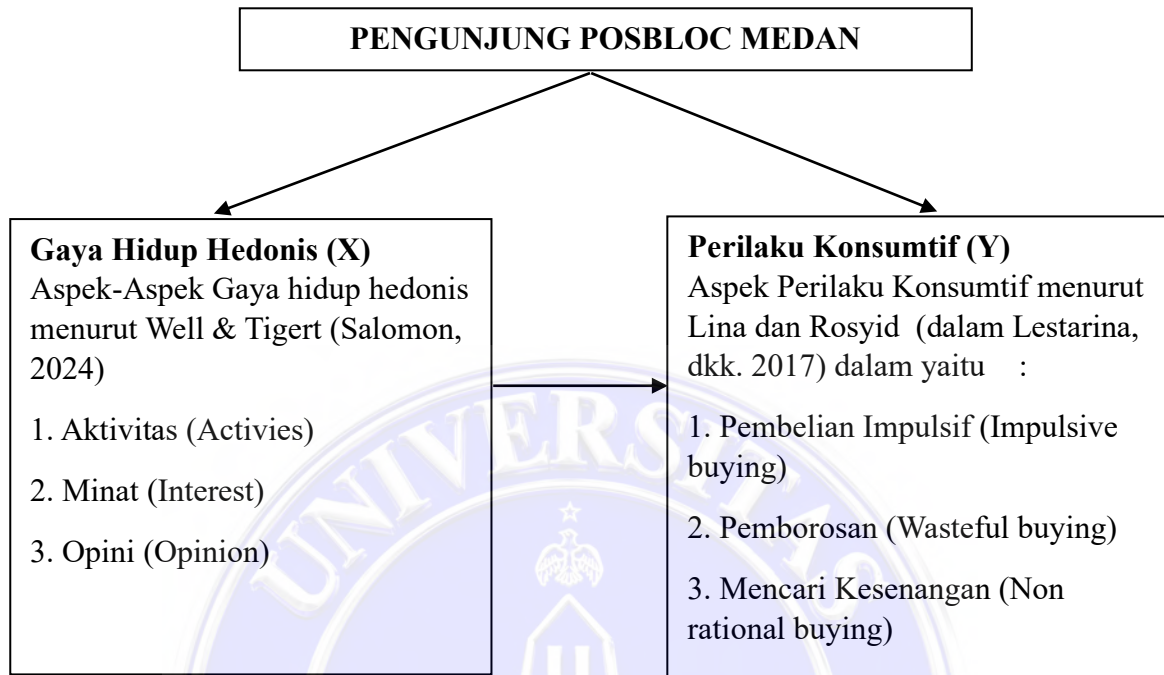
Salah satu faktor dari perilaku konsumtif yaitu gaya hidup, berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Umasangaji dkk (2023), dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019-2020” dengan sampel sebanyak 94 responden. Adapun hasil penelitian ini membuktikan bahwa hasilnya berpengaruh yaitu dengan nilai t hitung lebih besar

dari t tabel atau $16,939 > 1,986$ yang artinya ada pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019-2020. Sehingga semakin tinggi gaya hidup mahasiswa maka akan memberikan dampak semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtif mahasiswa tersebut.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada individu dewasa awal. Semakin tinggi tingkat gaya hidup hedonis yang dimiliki oleh individu, maka semakin tinggi pula kecenderungan untuk melakukan perilaku konsumtif.

Hal ini dapat terjadi karena individu pada masa dewasa awal memiliki dorongan yang kuat untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial, memperoleh pengakuan dari kelompok sebaya, serta memenuhi kebutuhan emosional melalui aktivitas konsumtif. Fenomena ini juga relevan dengan konteks pengunjung Posbloc Medan, di mana lingkungan sosial dan budaya konsumsi yang berkembang menjadi faktor pendorong munculnya perilaku konsumtif pada individu dengan kecenderungan gaya hidup hedonis.

2.5 Kerangka Konseptual



Gambar 1 Kerangka Konseptual

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

3.1.1 Waktu Penelitian

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Maret
1	Penetapan Judul Penelitian (Variabel X, Y)							
2	Penyusunan Proposal							
3	Seminar Proposal							
4	Penyusunan Alat Ukur Penelitian							
5	Persetujuan Penelitian							
6	Pengambilan Data Penelitian							
7	Pengolahan Data Penelitian							
8	Penyusunan Skripsi (BAB 4-5)							
9	Seminar Hasil							
10	Sidang Meja Hijau							

3.1.2 Lokasi Penelitian

Dalam mengumpulkan data ini, penelitian dilakukan di Posbloc Medan yang beralamat di jalan Jl. Pos No.1, Kesawan, Kec. Medan Bar., Kota Medan, Sumatera Utara 20111.

3.2 Bahan dan Alat Penelitian

Penelitian ini menggunakan skala likert sebagai alat pengumpulan data, skala tersebut terdiri dari skala perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonis. Skala perilaku konsumtif disusun berdasarkan aspek-aspek perilaku konsumtif dan skala gaya hidup hedonis disusun berdasarkan aspek gaya hidup hedonis, kemudian setiap data diuji dengan menggunakan software SPSS 25.0. for Windows

3.3 Metode Penelitian

3.3.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini akan digunakan metode penelitian kuantitatif. Pada penelitian ini menerapkan metodologi kuantitatif. Azwar (2017) menekankan bahwa penelitian kuantitatif ditandai dengan pengumpulan numerik (angka) melewati metode pengukuran dan selanjutnya pengolahan data tersebut menggunakan metode analisis statistik. Penelitian ini termasuk dalam penelitian non eksperimen, dimana peneliti tidak memberikan perlakuan khusus terhadap subjek penelitian. Penelitian ini menggunakan metodologi korelasional kuantitatif. Desain .Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan metodologi survei, yang melibatkan penyebaran kuesioner atau alat ukur. Penelitian ini tergolong penelitian korelasional karena tingkat penjelasannya.

3.4 Identifikasi Variabel

Variable penelitian merujuk pada elemen-elemen yang menjadi fokus untuk dipelajari dalam suatu penelitian. Elemen ini dapat mencakup sifat, nilai, atau karakteristik dari individu, objek, atau kegiatan tertentu. Peneliti memilih variabel

variabel tertentu untuk dianalisis, kemudian mengumpulkan data guna menarik Kesimpulan.

Variabel bebas (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan pada variabel lainnya. Variabel ini tidak terpengaruh oleh variabel lain dalam penelitian. Sementara itu, variabel terikat (Y) merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari variabel bebas, sehingga nilainya akan berubah akibat pengaruh variabel bebas tersebut (Sugiyono, 2019).

Oleh karena itu peneliti telah menetapkan dua variable dalam penelitian ini. Variabel-variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Bebas (X) : Gaya hidup hedonis
2. Variabel Terikat (Y) : Perilaku Konsumtif

3.5 Defenisi Operasional

1. Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis adalah pola hidup individu yang berorientasi pada pencarian kesenangan, kenikmatan, dan kepuasan pribadi, yang ditunjukkan melalui cara individu menghabiskan waktu, uang, serta aktivitas sosialnya. Gaya hidup hedonis memiliki tiga aspek utama yaitu aktivitas (activities), minat (interests), dan opini (opinions).

2. Perilaku Konsumtif

. Perilaku konsumtif adalah kecenderungan individu dalam melakukan pembelian barang atau jasa secara berlebihan yang tidak didasarkan pada kebutuhan utama, melainkan pada keinginan, dorongan emosional, kesenangan, gengsi, serta pencarian

pengakuan sosial. Perilaku konsumtif memiliki tiga aspek utama, yaitu Pembelian Impulsive (Impulsive Buying), Pemborosan (Wasteful Buying), dan Mencari Kesenangan (Non Rational Buying).

3.6 Populasi ,Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

3.6.1 Populasi

Sugiyono (2018) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/ subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek tersebut.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh individu dewasa awal yang berkunjung ke Posbloc Medan. Posbloc Medan dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan salah satu tempat berkumpul atau nongkrong yang populer di kalangan dewasa awal, sehingga berpotensi menunjukkan kecenderungan perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonis yang sesuai dengan fokus penelitian.

Populasi dalam penelitian ini termasuk infinite population, yaitu populasi yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti dan dapat berubah setiap waktu. Hal ini dikarenakan jumlah pengunjung Posbloc Medan bersifat dinamis dan tidak memiliki jumlah tetap. Dalam proses pengumpulan data, peneliti memperoleh 129 responden pengunjung dewasa awal yang ditemui selama penelitian berlangsung.

3.6.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2018) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel ini dipilih secara cermat untuk

memastikan bahwa karakteristik yang dimiliki oleh sampel dapat mencerminkan populasi secara keseluruhan (Warwick dalam Yusuf, 2014).

Dalam penelitian ini, dari 129 responden yang diperoleh, terdapat 102 responden yang memenuhi kriteria sampel yang telah ditentukan oleh peneliti. Penentuan sampel didasarkan pada karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Widodo, 2017).tersebut adalah:

1. Pengunjung Posbloc Medan secara berulang (2-3 kali dalam seminggu)
2. Dewasa Awal (18-40 tahun)
3. Melakukan kegiatan membeli produk / makanan selama berada di Posbloc Medan
4. Bersedia menjadi responden.

Dengan demikian, sampel dalam penelitian ini berjumlah 102 responden yang sesuai dengan karakteristik penelitian, sehingga diharapkan mampu merepresentasikan kondisi populasi yang diteliti.

3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yang menjadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Purposive Sampling . Sampling Purposive merupakan teknik pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian ini, peneliti memilih responden yang memiliki karakteristik tertentu, yaitu dewasa awal yang berkunjung ke Posbloc Medan dan melakukan pembelian produk atau makanan selama berada di lokasi tersebut. Selain itu, responden yang dipilih juga merupakan pengunjung yang melakukan kunjungan secara berulang, yaitu minimal 2–3 kali dalam seminggu.

Kriteria tersebut dipilih karena salah satu indikator perilaku konsumtif menurut Triyaningsih (2011) adalah adanya kecenderungan melakukan pembelian secara berulang-ulang. Oleh karena itu, peneliti menetapkan kriteria tersebut agar responden yang dipilih benar-benar sesuai dengan karakteristik yang diperlukan untuk mengkaji hubungan antara perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonis pada dewasa awal pengunjung Posbloc Medan.

3.6 Metode Uji Coba Alat Ukur

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2018), untuk memastikan hasil penelitian valid dan reliabel, item-item pertanyaan dalam kuesioner harus melalui uji validasi dan reliabilitas. Uji validitas berfungsi untuk mengevaluasi apakah kuesioner tersebut sah dan dapat dipercaya. Sebuah kuesioner dianggap valid jika pertanyaannya dapat secara akurat mengukur apa yang ingin diteliti. Sugiyono (2018) menyatakan bahwa hasil riset dianggap valid apabila terdapat kesesuaian antara informasi yang terkumpul dan informasi yang sebenarnya terdapat pada objek penelitian. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan informasi (mengukur) adalah valid. Sebuah alat tes dinyatakan memiliki validitas tinggi jika alat tersebut menjalankan fungsinya dengan baik, atau memberikan hasil pengukuran yang sesuai dengan tujuan pengukuran itu dilakukan. Dalam penelitian ini, pengujian validitas yang digunakan adalah validitas konstruk (*Construct validity*).

Validitas konstruk adalah sejauh mana suatu instrumen mampu mengukur konstruk atau konsep teoretis yang hendak diukur. Uji validitas konstruk dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi Product Moment untuk melihat hubungan antara skor setiap item dengan skor total.

Dalam penelitian ini kriteria pengujian validitas item menggunakan korelasi Product Moment, di mana item dinyatakan valid apabila memiliki koefisien korelasi (r hitung) $\geq 0,30$. Item dengan nilai r hitung $< 0,30$ dinyatakan tidak valid dan dipertimbangkan untuk direvisi atau dihapus.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sudaryono (2021), reliabilitas adalah konsep yang berkaitan dengan kesalahan dalam pengukuran dan mencerminkan kebenaran atau konsistensi suatu alat ukur ketika dilakukan pengukuran ulang. Hadi (2014) menjelaskan bahwa tujuan reliabilitas alat ukur adalah untuk menilai sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Reliabilitas menunjukkan konsistensi alat ukur saat diterapkan berulang kali dalam kesempatan berbeda dan mencerminkan sejauh mana hasil pengukuran konsisten ketika diukur kembali terhadap indikator yang sama dengan alat ukur identik. Uji reliabilitas berguna untuk mengevaluasi kuesioner yang berperan sebagai indikator variabel atau konstruk. Sebuah kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden tetap konsisten dan stabil seiring waktu.

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi internal pada skala gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif. Teknik yang digunakan adalah koefisien reliabilitas Cronbach's Alpha dengan bantuan program IBM SPSS Statistics versi 25.0 for Windows. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,60$, sedangkan nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$ menunjukkan bahwa instrumen tidak reliabel. Semakin tinggi nilai Cronbach's Alpha, maka semakin baik tingkat konsistensi atau keandalan alat ukur yang digunakan dalam penelitian.

3.7 Metode Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan yang dilakukan peneliti setelah data dari seluruh responden terkumpul (Sugiyono, 2019). Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linear sederhana, yang bertujuan untuk mengukur pengaruh dua variabel atau lebih dengan menggunakan angka-angka yang diolah menggunakan analisis statistik. Proses analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan dari aplikasi program olah data statistik SPSS 25.0. for Windows.

Sebelum dilakukan analisis regresi linear sederhana, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas dan uji linearitas. Uji asumsi ini dilakukan untuk memastikan bahwa data memenuhi persyaratan analisis statistik parametrik.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas diuji pada penelitian ini dengan menggunakan statistik parametrik. Statistik parametrik mensyaratkan bahwa data dari setiap variabel yang akan dianalisis harus berdistribusi normal. Yaitu apakah data dari masing-masing variabel penelitian telah menyebar secara normal atau tidak. Uji normalitas

dianalisis dengan menggunakan metode uji One Sample Kolmogorov-Smirnov Test. Adapun kriteria yang digunakan yaitu apabila nilai signifikansi ($p \text{ sig} > 0.05$), maka data berdistribusi normal. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi < 0.05 , maka data tidak berdistribusi normal. Data yang berdistribusi normal merupakan salah satu syarat untuk dilakukan analisis regresi linear sederhana.

b. Uji linieritas

Uji Linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier secara signifikan atau tidak. Uji linearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Test for Linearity* pada program SPSS 25.0. for Windows. Data yang baik seharusnya terdapat pengaruh yang linier antara variabel bebas (Gaya Hidup Hedonis) dengan variabel terikat (Perilaku Konsumtif). Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka kedua variabel tersebut bersifat linier, sebaliknya, jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka kedua variabel tidak linier. Hubungan yang linier merupakan syarat untuk melakukan analisis regresi linear sederhana.

c. Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana, yaitu suatu teknik statistik yang digunakan untuk mengukur pengaruh dan mengetahui apakah terdapat pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif. Menurut Sugiyono (2019), analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), serta untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi, apakah bersifat positif atau negatif.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai signifikansi (p-value). Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis diterima, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif.

3.8 Prosedur Kerja

3.8.1 Persiapan Administrasi

Pada tahap awal, peneliti memulai dengan meminta izin resmi dari pihak Universitas Medan Area untuk melakukan eksplorasi terhadap fenomena yang ada. Proses ini diawali dengan penulisan dan pengajuan surat izin kepada bagian administrasi program studi Psikologi di universitas tersebut. Surat ini berfungsi sebagai pengantar resmi untuk memulai kegiatan awal penelitian, yaitu wawancara. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menggali lebih dalam mengenai fenomena yang menjadi fokus penelitian, agar dapat digunakan sebagai dasar dalam merumuskan hipotesis. Selain itu, wawancara ini juga penting untuk membantu peneliti dalam menentukan judul penelitian yang tepat dan merumuskan tujuan pustaka yang akan dicapai. Dengan demikian, tahap persiapan ini sangat krusial untuk memastikan bahwa penelitian dapat berjalan dengan lancar dan terarah.

3.8.2 Persiapan Alat Ukur

Pada penelitian ini, peneliti terlebih dahulu mempersiapkan alat ukur yang akan digunakan nantinya. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah peneliti menyiapkan alat ukur penelitian yang terdiri dari dua skala yaitu

1. Skala Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif dalam penelitian ini disusun berdasarkan aspek-aspek yang mengacu pada teori *Erich Fromm* dan *Kotler*, sebagaimana dirumuskan oleh Lina dan Rosyid (dalam Lestarina, 2017) terdiri dari aspek aspek pembelian impulsif (*impulsive buying*), pemborosan (*wasteful buying*), dan mencari kesenangan (*non-rational buying*). Skala perilaku konsumen terdiri dari 24 pernyataan, 12 di antaranya menggambarkan produk yang disukai dan 12 pernyataan yang menggambarkan hal yang tidak disukai.

Metode pemberian skor yang dipakai dalam skala ini adalah metode likert, untuk aitem favorable, nilai tertinggi ada pada pilihan sangat setuju (SS) dengan skor = 4, setuju (S) = 3, tidak setuju (TS) = 2, dan sangat tidak setuju (STS) = 1. Sebaliknya untuk aitem unfavorable, nilai tertinggi ada pada pilihan jawaban sangat tidak setuju (STS) dengan skor = 4, tidak setuju (TS) = 3, setuju (S) = 2, dan sangat setuju (SS) = 1.

Tabel 3. 2 Blue print skala perilaku konsumtif (sebelum uji coba)

No	Aspek	Indikator	No Aitem		Jumlah
			Favorable	Unfavorable	
1	Pembelian Impulsif	Membeli tanpa perencanaan	1,4	2	8
		Dorongan membeli secara spontan	3,7	5,8	
2	Pemborosan	Membeli melebihi kebutuhan	13,16	14	7
		Pengeluaran tidak terkontrol	19	17,20,23	

No	Aspek	Indikator	No Aitem		Jumlah
			Favorable	Unfavorable	
3	Mencari Kesenangan	Pembelian tanpa pertimbangan rasional	10,15	9,12	9
		Membeli demi kesenangan	6,18,22	21,24	
			12	12	

2. Skala Gaya Hidup Hedonis

Skala gaya hidup hedonis dalam penelitian ini mengacu pada pendekatan *AIO* (*Activities, Interests, Opinions*) yang dikembangkan oleh *William D. Wells* dan *Douglas J. Tigert*, sebagaimana dikutip dalam *Michael R. Solomon* (2024). Terdiri dari aspek aspek Gaya hidup hedonis yaitu Aktivitas (*Activities*), Minat (*Interests*), dan Opini (*Opinions*). Skala gaya hidup hedonis terdiri dari 24 pernyataan, 12 di antaranya menggambarkan produk yang disukai dan 12 pernyataan yang menggambarkan hal yang tidak disukai.

Metode pemberian skor yang dipakai dalam skala ini adalah metode likert, untuk aitem favorable, nilai tertinggi ada pada pilihan sangat setuju (SS) dengan skor = 4, setuju (S) = 3, tidak setuju (TS) = 2, dan sangat tidak setuju (STS) = 1. Sebaliknya untuk aitem unfavorable, nilai tertinggi ada pada pilihan jawaban sangat tidak setuju (STS) dengan skor = 4, tidak setuju (TS) = 3, setuju (S) = 2, dan sangat setuju (SS) = 1.

Tabel 3. 3 Blue print skala gaya hidup hedonis (sebelum uji coba)

No	Aspek	Indikator	No Aitem		Jumlah
			Favorable	Unfavorable	
1	aktivitas (activities)	Menghabiskan waktu luang di luar rumah	3, 17	10	9
		Aktivitas hiburan & rekreasi (cafe, nongkrong)	7,14	4	
		Aktivitas berbelanja dan konsumsi	9	8	
		Kegiatan sosial yang bersifat menyenangkan		11	
	Minat (Interests)	Ketertarikan pada tren & gaya hidup populer	1,8	6,22	6
		Minat terhadap produk bermerek atau modern	13	16	
	Opini (Opinions)	Pandangan tentang kesenangan & pengeluaran	23	2,12	9
		Penilaian terhadap kualitas hidup & gaya hidup	5,21	20,24	
		Persepsi tentang kualitas hidup	15	8	
			12	12	24

3.8.3 Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan Peneliti memulai penelitian dengan mengumpulkan data awal berupa membagikan kuisioner penelitian melalui Google Form yang sesuai dengan kriteria pada saat di Posbloc Medan. Setelah data terkumpul, peneliti memindahkan data tersebut ke Microsoft Excel dan mengubah data verbal menjadi data numerikal yang sesuai dengan menggunakan skala likert dengan item Favorable dan Unfavorable. Selanjutnya data yang sudah di sesuaikan di uji validitas dan reliabilitasnya untuk mengetahui apakah ada aitem yang gugur atau tidak, setelah itu di uji normalitas , linearitas dan uji hipotesis serta perhitungan mean hipotetik dan mean empiric untuk menentukan kriteria tinggi,- rendah variable x dan y dengan menggunakan bantuan IBM SPSS Statistics versi 25.0 for Windows.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada dewasa awal pengunjung Posbloc Medan, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif. Hal ini dibuktikan melalui hasil analisis korelasi Pearson Product Moment yang menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar $r_{xy} = 0,422$ dengan nilai signifikansi $p = 0,001$ ($p < 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin sedang cenderung tinggi gaya hidup hedonis yang dimiliki oleh dewasa awal, maka semakin sedang cenderung tinggi pula perilaku konsumtif yang ditunjukkan. Sebaliknya, dewasa awal yang memiliki tingkat gaya hidup hedonis yang lebih rendah cenderung menunjukkan perilaku konsumtif yang lebih rendah. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima.

Nilai koefisien korelasi sebesar 0,422 menunjukkan bahwa hubungan antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif berada pada kategori sedang, sehingga dapat diartikan bahwa gaya hidup hedonis memiliki hubungan yang cukup berarti terhadap munculnya perilaku konsumtif pada dewasa awal pengunjung Posbloc Medan, namun bukan merupakan satu-satunya faktor yang memengaruhi perilaku tersebut.

Selain itu, hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis memberikan kontribusi sebesar 17,8% ($r^2 = 0,178$) terhadap variasi perilaku

konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis memiliki peran yang signifikan namun bersifat terbatas dalam menjelaskan variasi perilaku konsumtif. Sebagian besar variasi perilaku konsumtif, yaitu sebesar 82,2%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel gaya hidup hedonis, Faktor internal meliputi kontrol diri (self-control), motivasi konsumsi, regulasi emosi, kepribadian, konsep diri, proses belajar, kondisi ekonomi pribadi, yang memengaruhi bagaimana individu mengendalikan dorongan dan mengambil keputusan pembelian. Sementara itu, faktor eksternal mencakup budaya, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga, peran dan status social dan identitas diri, pengaruh media social serta lingkungan ekonomi yang membentuk pola konsumsi melalui norma, tekanan sosial, dan kondisi situasional. Kombinasi faktor-faktor tersebut secara bersama-sama menjelaskan sisa variansi perilaku konsumtif sebesar 82,2% di luar pengaruh gaya hidup hedonis.

Berdasarkan hasil uji mean, diketahui bahwa tingkat gaya hidup hedonis pada dewasa awal pengunjung Posbloc Medan berada pada kategori sedang, dengan nilai mean empirik sebesar 60,42 yang dibandingkan dengan mean hipotetik sebesar 55. Sementara itu, perilaku konsumtif juga berada pada kategori sedang, dengan nilai mean empirik sebesar 58,02 yang sedikit lebih tinggi dibandingkan mean hipotetik sebesar 57,5. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat kecenderungan gaya hidup hedonis pada dewasa awal pengunjung Posbloc Medan, tingkat perilaku konsumtif yang muncul masih berada pada kategori sedang dan tidak selalu menunjukkan perilaku konsumsi yang berlebihan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif pada dewasa awal merupakan perilaku yang bersifat multidimensional, di mana gaya

hidup hedonis berperan sebagai salah satu faktor yang berhubungan dengan perilaku konsumtif, namun bukan satu-satunya faktor yang menentukan munculnya perilaku tersebut.

5.2 Saran

1. Saran bagi Dewasa Awal Pengunjung Posbloc Medan

Dewasa awal sebagai kelompok usia yang berada pada fase transisi menuju kemandirian diharapkan dapat lebih menyadari kecenderungan gaya hidup hedonis yang dimiliki serta dampaknya terhadap perilaku konsumtif. Individu disarankan untuk meningkatkan kemampuan mengontrol perilaku konsumsi, khususnya dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan, agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif yang berlebihan. Kesadaran terhadap pengelolaan keuangan dan prioritas kebutuhan menjadi penting dalam mendukung kesejahteraan jangka Panjang.

2. Saran Bagi Pengelola Posbloc Medan

Bag pengelola Posbloc Medan diharapkan dapat terus mengembangkan fungsi ruang publik yang tidak hanya berorientasi pada aktivitas konsumsi makanan dan minuman, tetapi juga menyediakan berbagai aktivitas alternatif yang bersifat edukatif, kreatif, dan sosial. Posbloc Medan telah menghadirkan berbagai kegiatan komunitas seperti pertunjukan live music, pemutaran film, workshop gratis dari komunitas membaca atau komunitas kreatif, serta aktivitas olahraga bersama seperti yoga, lari, dan poundfit. Kegiatan-kegiatan tersebut dapat menjadi daya tarik bagi pengunjung untuk datang dan berinteraksi secara sosial di lingkungan Posbloc.

Keberadaan aktivitas komunitas tersebut menunjukkan bahwa pengunjung tidak hanya melakukan kegiatan konsumsi berupa makanan dan minuman, tetapi juga dapat terlibat dalam aktivitas sosial, rekreatif, dan pengembangan diri. Hal ini dapat

membantu menciptakan pengalaman kunjungan yang lebih beragam sehingga pengunjung memiliki alternatif kegiatan selain berfokus pada aktivitas pembelian. Dengan demikian, Posbloc Medan dapat berperan sebagai ruang publik yang tidak hanya menjadi tempat konsumsi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial, kreativitas, dan aktivitas komunitas yang lebih produktif.

Saran bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian mengenai perilaku konsumtif dengan menambahkan variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini. Hal ini dikarenakan hasil analisis menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis hanya memberikan kontribusi sebesar 17,8% terhadap perilaku konsumtif, sehingga masih terdapat 82,2% faktor lain yang memengaruhi perilaku tersebut.

Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan faktor internal seperti kontrol diri (self-control), motivasi konsumsi, regulasi emosi, kepribadian, serta konsep diri yang dapat memengaruhi bagaimana individu mengendalikan dorongan dalam melakukan pembelian. Selain itu, faktor eksternal seperti pengaruh keluarga, kelompok referensi, kelas sosial, budaya, serta pengaruh media sosial juga dapat menjadi variabel yang relevan untuk diteliti lebih lanjut. Dengan menambahkan variabel-variabel tersebut, diharapkan penelitian selanjutnya dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif pada dewasa awal.

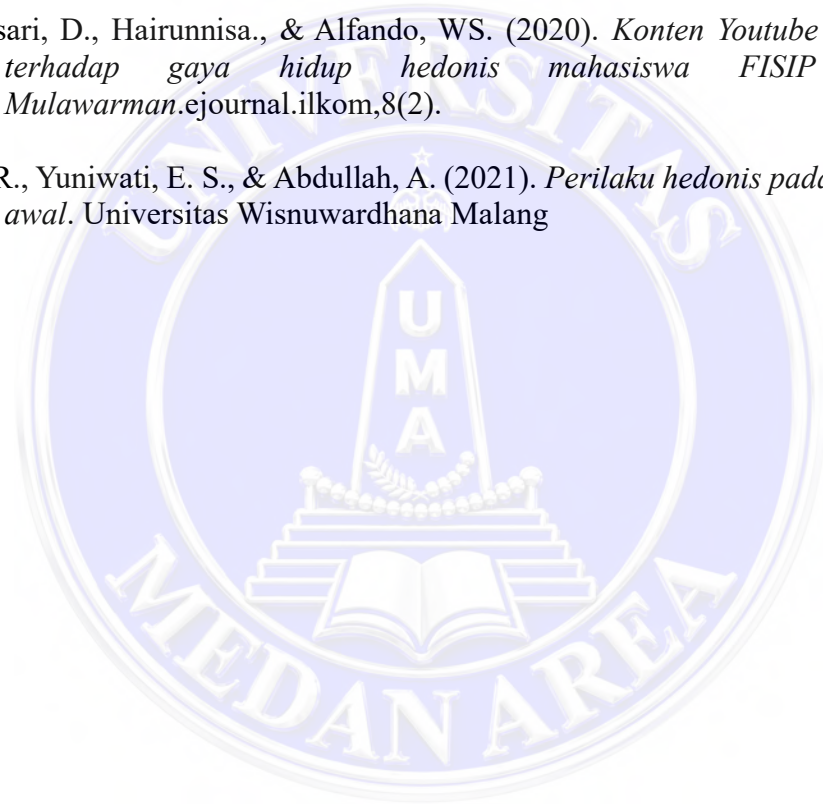
DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R., Sukmawati, U. S., & Katsirin, K. (2023). *Analisis data penelitian kuantitatif(pengujian hipotesis asosiatif korelasi). Jurnal Pelita Nusantara: Kajian Ilmu Sosial Multidisiplin*, 1(3), 430–448.
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2019). *Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja*. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>
- Arinda, D. (2021). Konformitas dengan gaya hidup hedonisme pada mahasiswa. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(3), 528–534. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo>
- Emirna, R., Ratnaningtas, A., & Adhandayani, A. (n.d.). *Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee pada dewasa awal*.
- Fani, A. F. A., Nurhikmah, & Koanda, N. (2025). *Gaya hidup hedonisme terhadap impulsive buying melalui e-commerce pada dewasa awal*. *Jurnal Psikologi Karakter*, 5(1), 120–125. <https://doi.org/10.56326/jpk.v5i1.5586>
- Hamzah, N., & Widiastuti, T. (2022). *Gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif remaja putri Kota Kupang*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala & Politeknik Negeri Kupang.
- Haryono, P. (2014). *Hubungan Gaya Hidup Dan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 5 Samarinda*. *Psikoborneo*, Vol. 2, 268–273.
- Islamy, R. Y. S. N., Yuniwati, E. S., & Abdullah, A. (2021). *Perilaku hedonis pada masa dewasa awal*. *Jurnal Pendidikan Psikolog*, 179–190.
- Hurlock, E. B. (2011). *Psikologi perkembangan: Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan*. Edisi kelima Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17e, global edition ed.). Pearson.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, & Harlina, D. (2017). *Perilaku konsumtif di kalangan remaja*. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2),1-6

- Lina dan Rasyid, H.F. 1997. Perilaku Konsumtif berdasarkan *Locus of Control* pada Remaja Putra. Jurnal Psikologika.
- Lutfiah, L., Basri, M., & Kuswanti, H. (2022). *Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi PPAPK FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak*. Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa, 11(3). <https://doi.org/10.26418/jppk.v11i3.53456>
- Mutiara, A., & Guspa, A. (2022). *Hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Negeri Padang*. Jurnal Fakultas Psikologi dan Kesehatan, Universitas Negeri Padang.
- Nadzir, M., & Ingarianti, T. M. (2015). *Psychological meaning of money dengan gaya hidup hedonis remaja*. Seminar Psikologi & Kemanusiaan. 582-596. Malang: Psychology Forum Umm.
- Nurfaizah., Puspitasari, R. P., Mufidah, W., & Nursanti, E. (2025). *Kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada dewasa awal yang statusnya sudah bekerja*. IDEA: Jurnal Psikologi, 9(1). <https://doi.org/10.32492/idea.v9i1.9114>
- Paputungan, F. (2023). Karakteristik perkembangan masa dewasa awal. *Journal of Education and Culture (JEaC)*, 3(1).
- Paramitha, M. S., & Kurniawati, M. (2022). *Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif produk fashion pada individu dewasa awal*. Fakultas Psikologi, Universitas Tarumanagara.
- Parmitasari, R. D. A., Alwi, Z., & Sunarti, S. (2018). *Pengaruh Kecerdasan Spritual dan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Makassar*. Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi, 5(2), 147-162.
- Putri, A. F. (2019). Pentingnya orang dewasa awal menyelesaikan tugas perkembangannya. *SCHOULID: Indonesian Journal of School Counseling*, 3(2), 35–40. <https://doi.org/10.23916/08430011>
- Pratita, R., Andriyani, F., & Dwiastuti, S. (2022). *Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa*. Jurnal Psikologi dan Pendidikan, 14(2), 123–134. <https://doi.org/10.xxxxxx>
- Purnama, E. (2022). *Hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi Fakultas Psikologi Stambuk 2019 di Universitas Medan Area*
- Rianto. (2013). *Hubungan Antara Konformitas Kelompok Teman Sebaya Dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiwa Kab. Dhamasraya Di Yogyakarta*. Empathy : Jurnal Fakultas Psikologi, Vol 2 No 1.

- Rizky, I. P. (2019). *Hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif produk skincare pada mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area*
- Russell, B. (2016). *Sejarah filsafat Barat: Dan kaitannya dengan kondisi sosio-politik dari zaman kuno hingga sekarang* (S. Jatmiko et al., Trans.; cet. ke-4). Pustaka Pelajar.
- Santrock, J. W. (2012). *Life-Span Development: Perkembangan Masa Hidup* edisi 5 Jilid 1. Erlangga.
- Sari, R. A. (2019). *Pengaruh gaya hidup brand minded dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada dewasa awal*. *Psikoborneo*, 7(1), 37–46.
- Susanto, A. S. (2013). *Membuat segmentasi berdasarkan life style (gaya hidup)*. *Jurnal Jibeka*, 7(2), 1-6.
- Solomon, M. R. (2019). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, 13th Edition*. (Pearson Education India, 2019).
- Solomon, M. R. (2024). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being 10th edition*. Pearson.
- Sulastri, O. M. (2024). *Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dalam berbelanja di Shopee pada mahasiswa Fakultas Psikologi*
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumantri, P. M., & Kurniawati, M. (2023). *Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif produk fashion pada individu dewasa awal*. Universitas Tarumanagara.
- Syawitri, U. (2023). *Hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area Stambuk 2019*
- Thamrin, Hasnidar, and Adnan Achiruddin. 2021. “Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa.” *Media Komunikasi Dan Dakwah* Volume 11N: 4–14. <https://doi.org/10.35905/komunida.v11i01>
- Triyaningsih, S. L. (2011). *Dampak online marketing melalui facebook terhadap perilaku konsumtif masyarakat*. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 11(2), 172–177

- Umasangaji, A., Louhenapessy, W. G., & Rehatta, G. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019-2020*. Jendela Pengetahuan, Vol 16 No 2, 164-173.
- Wahdaningsih, N., & Sucipto, M. A. B. (2025). *Repeat purchase sebagai wujud hedonisme pada remaja pengguna online shop*. Jurnal Edukasi, 11(2), 192–209. <https://doi.org/10.22373/je.v11i2.31531>
- Wijaya, R., Kurniawati, M., & Ninawati, N. (2022). *Peran self-esteem terhadap perilaku konsumtif dengan konformitas sebagai mediator pada dewasa awal pengguna e-commerce*. Fakultas Psikologi, Universitas Tarumanagara.
- Yurikasari, D., Hairunnisa., & Alfando, WS. (2020). *Konten Youtube Tasya farasya terhadap gaya hidup hedonis mahasiswa FISIP Universitas Mulawarman*. ejournal.ikom, 8(2).
- Yoko, R., Yuniwati, E. S., & Abdullah, A. (2021). *Perilaku hedonis pada masa dewasa awal*. Universitas Wisnuwardhana Malang





LAMPIRAN

Lampiran 1

Skala Penelitian

Kuesioner Penelitian

Perkenalkan, saya Jihan Fadilla Rinaldy, Mahasiswa Psikologi di Universitas Medan Area yang saat ini saya sedang melaksanakan penelitian yang bertujuan untuk memperoleh data penelitian untuk skripsi saya.

Pengisian kuesioner ini diperkirakan hanya memerlukan waktu sekitar 3–5 menit. Tidak terdapat jawaban benar atau salah, oleh karena itu mohon untuk mengisi setiap pernyataan sesuai dengan kondisi dan pengalaman Saudara/i yang sebenarnya. Seluruh informasi yang diberikan bersifat rahasia.

Oleh karena itu, saya mohon kesediaannya untuk berpartisipasi dalam penelitian ini apabila teman-teman memenuhi kriteria di bawah ini:

saya mohon kesediaannya untuk berpartisipasi dalam penelitian ini apabila teman-teman memenuhi kriteria di bawah ini:

- Pengunjung Posbloc Medan secara berulang (2-3 kali dalam seminggu)
- Dewasa Awal (20-40 tahun)
- Melakukan kegiatan membeli produk / makanan selama berada di Posbloc Medan
- Bersedia menjadi responden.

Petunjuk Pengisian Kuesioner:

- Bacalah setiap pernyataan dengan cermat sebelum memberikan jawaban
- Setiap pernyataan hanya dapat dipilih satu jawaban

- Pilih jawaban yang paling sesuai dengan kondisi Anda, dengan ketentuan sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

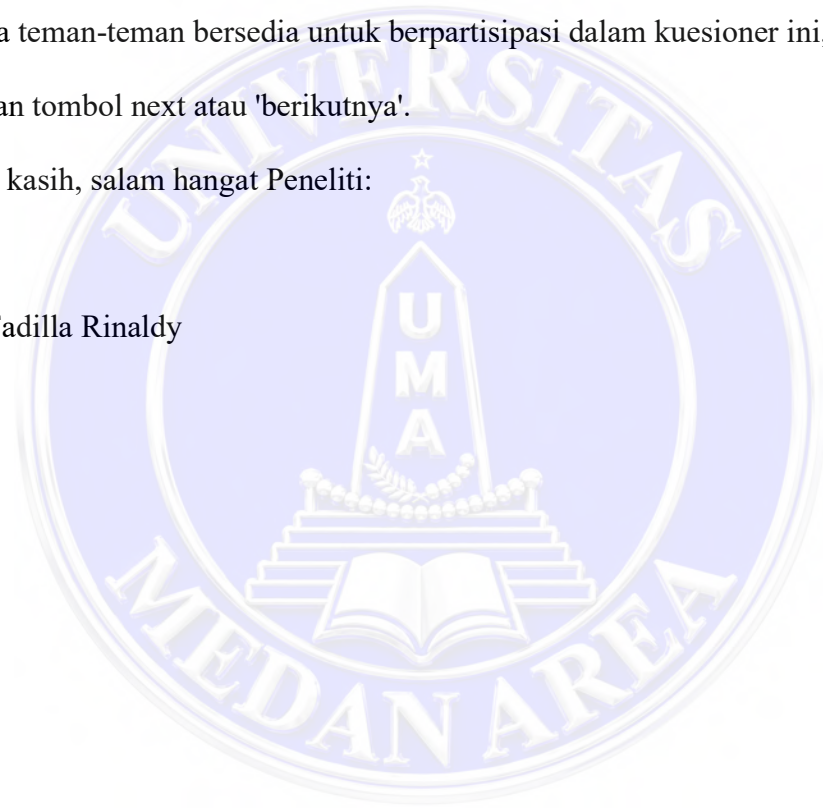
3 = Setuju (S)

4 = Sangat Setuju (SS)

Apabila teman-teman bersedia untuk berpartisipasi dalam kuesioner ini, mohon untuk menekan tombol next atau 'berikutnya'.

Terima kasih, salam hangat Peneliti:

Jihan Fadilla Rinaldy



Informed Consent

Mohon untuk mengisi formulir di bawah ini setelah teman-teman membaca lembar penjelasan penelitian pada laman sebelumnya.

Terima kasih telah mempertimbangkan untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Silakan memberikan tanda ceklis (√) dengan mengklik kotak pada setiap pernyataan di bawah ini sebagai bentuk persetujuan terhadap isi pernyataan tersebut. Perlu diperhatikan, apabila teman-teman tidak memberikan persetujuan pada salah satu pernyataan, maka teman-teman tidak memenuhi kriteria untuk menjadi partisipan dalam penelitian ini.

Berikan Tanda Ceklis (√)

- ☐ Saya telah membaca dan memahami informasi yang ditulis pada Lembar Penjelasan Penelitian untuk penelitian yang disebutkan di atas.
- ☐ Saya memberikan persetujuan kepada peneliti untuk menyimpan dan memproses data yang saya berikan.
- ☐ Saya memahami kriteria dan karakteristik partisipan yang menjadi syarat partisipasi dalam penelitian ini dan saya memenuhi kriteria tersebut.

Bagian 1

ANGKET PENELITIAN

Nama :

Usia :

PETUNJUK:

SS : Sangat Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Berilah tanda checklist (√) pada kolom Ya, Cukup, dan Tidak yang Anda pilih sesuai keadaan yang sebenarnya.

No	Pernyataan	SS	TS	S	STS
1	Saya sering membeli makanan atau produk di Posbloc Medan tanpa perencanaan sebelumnya.				
2	Saya hanya membeli sesuatu setelah merencanakannya terlebih dahulu.				
3	Saya membeli barang tanpa banyak pertimbangan rasional.				
4	Saya sering membeli sesuatu meskipun awalnya tidak berniat membeli.				
5	Saya jarang membeli barang secara tiba-tiba.				
6	Saya membeli sesuatu untuk memperbaiki suasana hati saya				
7	Saya membeli barang / sesuatu hal karena dorongan sesaat.				
8	Saya mampu menahan diri untuk tidak membeli barang secara spontan.				
9	Saya selalu mempertimbangkan manfaat barang sebelum membelinya.				
10	Saya tertarik membeli produk ketika melihat tampilannya menarik.				
11	Saya lebih memilih menabung daripada berbelanja.				
12	Saya membeli barang berdasarkan kebutuhan, bukan keinginan.				
13	Saya membeli barang meskipun sebenarnya tidak terlalu saya butuhkan.				

14	Saya hanya membeli barang yang benar-benar saya perlukan.				
15	Saya membeli barang demi mendapatkan rasa senang.				
16	Saya sering menghabiskan uang untuk hal-hal yang kurang penting.				
17	Saya dapat mengontrol pengeluaran keuangan saya dengan baik.				
18	Saya merasa puas setelah membeli barang yang saya inginkan.				
19	Pengeluaran saya sering melebihi anggaran yang telah saya rencanakan.				
20	Saya jarang mengeluarkan uang secara berlebihan.				
21	Saya tidak membeli barang hanya demi kesenangan semata.				
22	Saya berbelanja sebagai salah satu bentuk hiburan.				
23	Saya selalu menyesuaikan pembelian dengan anggaran yang saya miliki.				
24	Saya mempertimbangkan dampak keuangan jangka panjang sebelum membeli barang.				

Bagian 2

ANGKET PENELITIAN

Nama :

Usia :

PETUNJUK:

SS : Sangat Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Berilah tanda checklist (√) pada kolom Ya, Cukup, dan Tidak yang Anda pilih sesuai keadaan yang sebenarnya.

No	Pernyataan	SS	TS	S	STS
1	Saya tertarik mencoba makanan atau tempat nongkrong yang sedang ramai dibicarakan di Posbloc Medan.				
2	Saya lebih mementingkan penghematan daripada menikmati waktu luang.				
3	Saya sering menghabiskan waktu di cafe atau tempat nongkrong untuk bersantai.				
4	Saya jarang mengikuti kegiatan sosial yang bersifat hiburan.				
5	Saya menilai kualitas hidup dari seberapa besar saya dapat menikmatinya.				
6	Saya tidak tertarik mengikuti tren gaya hidup terbaru.				
7	Berbelanja atau membeli makanan menjadi bagian dari aktivitas saya saat bersantai di Posbloc Medan.				
8	Saya tidak tertarik berbelanja atau membeli sesuatu saat bersantai.				
9	Mengeluarkan uang demi kesenangan merupakan hal yang wajar bagi saya.				
10	Saya lebih memilih menghabiskan waktu di rumah daripada di luar rumah.				
11	Saya menikmati kegiatan sosial yang menyenangkan bersama teman-teman.				

12	Saya merasa bersalah jika menggunakan uang hanya untuk kesenangan.				
13	Produk bermerek atau modern menarik perhatian saya.				
14	Saya menikmati kegiatan yang melibatkan pengeluaran uang untuk hiburan.				
15	Saya merasa puas ketika dapat menikmati waktu dan uang saya.				
16	Saya tidak tertarik pada produk bermerek atau modern				
17	Saya senang menghabiskan waktu luang di luar rumah seperti di Posbloc Medan/Cafe/Mall.				
18	Saya tidak menganggap kesenangan sebagai prioritas dalam hidup saya				
19	Saya tertarik mengikuti tren gaya hidup yang sedang populer.				
20	Saya lebih menilai kualitas hidup dari kesederhanaan, bukan kesenangan.				
21	Menikmati hidup merupakan bagian penting dalam hidup saya.				
22	Saya jarang tertarik mencoba makanan atau tempat nongkrong baru.				
23	Saya lebih memprioritaskan kesenangan dibandingkan penghematan.				
24	Menurut saya, menikmati hidup bukanlah hal yang penting.				

Lampiran 2

Hasil Scoring Data Penelitian Gaya Hidup

GAYA HIDUP (X)																							
No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	Total
1	4	3	2	3	3	4	4	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	1	3	1	63
2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	58
3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	59
4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	64
5	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	61
6	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	57
7	3	3	1	3	4	3	3	4	1	4	2	4	3	4	4	3	3	3	3	1	1	1	61
8	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	60
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	4	3	2	3	2	4	63
10	3	3	3	3	3	3	2	3	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	62
11	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	60
12	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1	62
13	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	59
14	3	1	3	2	3	3	3	3	2	3	1	2	2	4	2	4	3	3	1	3	3	3	57
15	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	58
16	4	2	4	2	2	4	4	4	1	4	3	3	3	3	2	4	1	4	1	2	4	4	65
17	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	62
18	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	52
19	3	3	4	3	3	4	2	4	1	4	2	3	4	3	2	4	1	4	3	3	4	3	67
20	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	53
21	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	57
22	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	1	68
23	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	55
24	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	52
25	4	3	3	3	3	3	3	4	2	4	2	2	3	3	4	3	2	2	3	3	2	4	65

26	3	3	4	3	3	3	2	2	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	2	3	66
27	3	4	1	4	1	2	4	3	2	3	1	2	2	3	3	3	4	3	2	4	1	4	59
28	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	1	4	61
29	3	3	4	3	1	4	3	4	3	4	3	4	4	3	2	4	1	3	3	3	4	3	69
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	1	4	84
31	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	68
32	3	2	3	2	2	3	2	3	1	4	3	4	4	4	1	3	1	3	1	3	2	2	56
33	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	54
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	64
35	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	64
36	4	2	4	2	2	4	2	3	2	3	1	3	3	3	3	4	2	2	2	2	2	3	58
37	3	3	4	3	3	3	3	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	64
38	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	53
39	4	3	3	3	1	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	62
40	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	55
41	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	1	3	2	4	3	4	4	2	3	3	3	4	62
42	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	1	1	3	3	2	3	2	2	2	2	2	4	57
43	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	61
44	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	1	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	55
45	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	54
46	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	61
47	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	54
48	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	60
49	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	61
50	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	4	64
51	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	1	3	3	4	3	4	3	2	2	3	3	3	64
52	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	2	3	66
53	2	3	3	3	3	3	2	4	1	4	3	3	3	4	3	3	3	2	1	1	2	4	60
54	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3	1	3	4	1	4	4	1	1	1	3	4	59
55	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	55
56	3	3	3	2	2	3	2	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	2	4	62

57	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	58
58	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	54
59	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	1	3	2	2	3	3	3	54
60	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	54
61	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	54
62	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	66
63	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	54
64	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	60
65	3	2	3	1	1	2	1	4	1	4	1	3	3	4	1	4	2	4	1	2	1	2	50
66	3	2	3	2	3	3	2	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	62
67	3	2	3	2	1	3	2	3	2	4	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	54
68	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	4	57
69	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	4	63
70	3	2	4	2	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	1	1	1	62
71	4	1	3	2	3	4	3	2	1	4	4	1	2	1	3	1	2	3	2	2	2	2	52
72	4	3	4	3	3	4	1	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	1	3	72
73	3	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	2	2	4	3	4	4	1	2	2	2	4	65
74	3	3	4	3	3	3	2	2	4	4	2	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3	4	68
75	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	1	2	2	3	56
76	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	59
77	2	2	4	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	1	4	3	2	2	2	3	3	57
78	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	2	3	65
79	4	2	4	3	3	4	3	4	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	2	1	2	4	66
80	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	4	54
81	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	61
82	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	55
83	3	3	4	3	2	4	1	4	4	4	2	4	1	3	4	4	2	2	1	3	3	4	65
84	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	1	4	70
85	3	2	2	2	2	3	3	3	2	4	2	3	3	4	3	2	3	2	2	3	3	4	60
86	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	2	2	2	4	63
87	3	3	3	3	2	3	2	3	1	3	1	3	3	4	3	4	1	4	1	4	4	3	61

88	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	1	53
89	2	2	2	3	2	1	3	3	3	3	4	2	2	3	2	3	2	3	1	2	3	4	55
90	4	3	4	1	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	1	3	74	
91	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	62
92	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	2	2	2	61
93	4	3	3	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	2	4	69
94	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	62
95	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	58
96	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	4	68
97	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	4	65
98	2	3	2	2	1	3	3	4	2	2	3	2	3	4	1	3	3	2	2	1	3	4	55
99	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	4	65
100	4	3	3	3	2	4	1	3	3	4	2	2	3	4	3	4	2	2	2	1	3	3	61
101	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	58
102	3	3	2	1	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	4	54

Hasil Scoring Data Penelitian Perilaku Konsumtif

PERILAKU KONSUMTIF (Y)																								
No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	Total
1	3	2	2	2	2	2	1	2	2	3	2	1	2	2	2	2	3	1	2	2	2	4	2	48
2	2	2	2	3	3	3	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	51
3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	60
4	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	56
5	3	3	2	3	4	4	3	3	1	4	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	64
6	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	51
7	3	2	1	1	1	4	2	1	2	4	2	1	2	4	1	1	4	2	2	2	3	4	4	53
8	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	59
9	3	2	3	3	1	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	54
10	3	3	2	3	3	2	2	2	1	3	1	1	1	2	1	1	3	2	2	1	3	2	2	46
11	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	4	3	3	2	2	3	2	59

12	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	56
13	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	50
14	3	2	2	2	1	2	2	3	1	3	1	2	2	2	1	3	3	3	2	1	3	2	1	60
15	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	52
16	3	2	3	2	1	3	4	1	1	3	1	4	3	4	3	1	4	4	3	3	3	2	2	60
17	3	2	2	3	2	3	2	2	2	4	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	56
18	4	3	1	3	2	3	2	1	1	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	52
19	4	3	4	4	3	4	4	2	3	4	3	4	3	4	4	1	4	4	1	3	1	2	3	72
20	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	52
21	3	3	2	3	3	3	2	2	2	4	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	52
22	3	3	2	3	3	3	1	3	1	3	3	3	3	3	2	2	4	2	3	3	3	2	2	60
23	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	60
24	1	3	2	3	3	4	2	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	63
25	3	2	4	2	3	4	2	1	2	3	2	2	2	3	1	2	3	2	2	2	2	2	4	55
26	4	3	2	2	2	2	2	1	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	55
27	3	3	3	3	4	1	4	4	4	4	4	1	4	4	2	2	4	4	3	4	4	2	4	75
28	3	3	3	3	3	3	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	3	2	2	3	3	3	3	53
29	3	2	2	4	3	4	4	3	2	3	2	3	3	4	3	2	4	4	3	3	1	3	2	67
30	4	3	3	4	4	4	2	3	3	4	1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	81
31	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	70
32	3	2	3	3	3	4	3	2	2	4	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	62
33	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	57
34	4	4	4	3	2	4	3	2	1	4	2	2	2	3	3	1	3	3	3	2	3	2	2	62
35	4	3	3	4	1	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	61
36	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	1	2	1	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	51
37	3	2	3	2	2	4	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	58
38	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	48
39	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	1	2	1	2	1	2	3	2	2	1	2	2	2	49
40	4	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	55
41	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	1	2	50
42	4	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	4	2	57

43	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	55
44	1	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	64
45	1	4	2	2	2	3	2	1	1	3	1	4	1	4	4	1	4	2	1	4	1	2	4	54
46	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	1	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	52
47	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	58
48	3	2	2	2	2	4	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	4	1	2	2	3	2	1	65
49	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	51
50	3	2	3	4	3	4	3	3	3	4	2	3	3	4	2	2	4	2	2	2	3	2	2	65
51	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	1	3	3	3	3	3	2	2	61
52	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	60
53	3	3	3	2	3	4	4	1	1	4	2	2	2	4	3	1	4	2	3	2	3	1	1	58
54	4	4	3	3	3	4	1	2	1	3	2	2	3	3	3	4	4	2	2	3	3	4	4	67
55	4	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	60
56	3	3	1	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	4	2	3	59
57	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	53
58	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	1	3	3	2	2	3	2	2	54
59	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	52
60	3	2	3	1	2	4	4	1	1	3	1	2	1	2	1	1	4	4	1	2	3	2	2	50
61	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	59
62	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	58
63	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	59
64	3	3	2	2	2	3	1	2	1	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	52
65	3	2	3	4	3	4	2	1	1	3	1	3	1	3	3	2	3	4	1	2	3	2	4	58
66	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	1	4	2	2	2	3	2	4	55
67	3	2	2	2	3	3	2	2	1	3	1	3	2	3	2	1	3	3	2	2	3	2	2	52
68	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	1	2	3	3	3	3	3	2	2	56
69	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	52
70	4	2	4	4	3	4	2	4	1	4	1	2	1	4	1	4	4	4	2	2	3	4	4	68
71	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	4	3	3	2	3	2	1	62
72	4	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	2	3	72
73	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	1	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	1	54

74	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	2	69
75	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	59
76	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	57
77	2	2	2	2	3	2	2	1	1	2	1	2	1	3	2	2	4	2	2	2	2	4	1	67
78	3	2	3	3	2	4	2	2	2	2	2	1	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	53
79	4	2	3	3	3	4	3	2	2	4	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	4	2	2	62
80	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	1	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	51
81	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	55
82	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	55
83	3	3	3	4	1	3	2	2	1	3	1	3	1	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	61
84	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	53
85	2	3	2	2	2	3	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	53
86	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	65
87	3	3	3	4	3	3	2	3	2	4	2	3	3	3	3	2	3	4	3	1	3	3	2	65
88	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	58
89	3	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1	2	3	1	2	4	1	2	2	63
90	3	3	4	4	1	4	2	3	3	4	3	3	3	3	2	1	4	4	1	2	1	4	4	66
91	4	3	4	4	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	62
92	2	2	2	3	3	4	2	2	2	3	1	2	1	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	60
93	4	3	2	3	3	4	2	3	2	4	2	2	3	3	2	2	4	2	2	3	3	2	2	62
94	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	62
95	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	56
96	2	3	3	3	3	2	3	2	2	4	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	58
97	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	64
98	2	2	2	2	2	3	2	2	1	3	1	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	52
99	3	3	2	2	3	4	2	2	1	3	2	2	2	3	1	2	3	3	2	2	3	1	1	52
100	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	1	3	2	2	3	3	4	2	59
101	3	3	3	3	2	4	2	2	1	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	57
102	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	55

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Scale: Gaya Hidup

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	102	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	102	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.871	24

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	2.97	.516	102
VAR00002	2.60	.601	102
VAR00003	2.94	.657	102
VAR00004	2.54	.624	102
VAR00005	3.11	.543	102
VAR00006	2.42	.636	102
VAR00007	3.06	.523	102
VAR00008	2.52	.656	102
VAR00009	3.04	.596	102
VAR00010	2.51	.780	102
VAR00011	3.25	.516	102
VAR00012	2.43	.725	102
VAR00013	2.76	.663	102
VAR00014	2.86	.546	102
VAR00015	3.20	.488	102
VAR00016	2.68	.677	102
VAR00017	3.13	.592	102
VAR00018	2.67	.762	102
VAR00019	2.62	.630	102
VAR00020	2.13	.592	102
VAR00021	3.17	.676	102
VAR00022	2.54	.727	102

VAR00023	2.44	.725	102
VAR00024	3.13	.840	102

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	63.73	29.429	.354	.802
VAR00002	64.10	28.584	.425	.795
VAR00003	63.75	28.781	.350	.800
VAR00004	64.16	29.005	.340	.801
VAR00005	63.59	30.443	.157	.814
VAR00006	64.27	29.112	.315	.803
VAR00007	63.64	29.342	.364	.801
VAR00008	64.18	29.513	.344	.809
VAR00009	63.66	29.119	.343	.801
VAR00010	64.19	27.935	.380	.796
VAR00011	63.45	29.280	.382	.800
VAR00012	64.26	29.266	.341	.809
VAR00013	63.93	29.154	.392	.805
VAR00014	63.83	29.289	.354	.801
VAR00015	63.50	29.955	.378	.807
VAR00016	64.02	27.940	.458	.891
VAR00017	63.57	28.901	.382	.899
VAR00018	64.03	29.039	.351	.809
VAR00019	64.08	30.231	.352	.816
VAR00020	64.57	29.456	.392	.805
VAR00021	63.53	31.757	-.070	.833
VAR00022	64.16	28.629	.324	.802
VAR00023	64.25	33.439	.373	.851
VAR00024	63.57	29.277	.386	.816

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
66.70	31.679	5.628	24

$$24 - 2 = 22 \times 4 + 22 \times 1 / 2 = 55$$

Scale: Perilaku Konsumtif

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	102	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	102	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.882	24

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	2.92	.640	97
VAR00002	2.53	.542	97
VAR00003	2.48	.631	97
VAR00004	2.78	.649	97
VAR00005	2.46	.646	97
VAR00006	3.11	.627	97
VAR00007	2.37	.666	97
VAR00008	2.09	.561	97
VAR00009	1.90	.549	97
VAR00010	2.99	.604	97
VAR00011	2.27	.654	97
VAR00012	2.03	.603	97
VAR00013	2.33	.641	97
VAR00014	2.15	.601	97
VAR00015	2.82	.613	97
VAR00016	2.25	.677	97
VAR00017	2.06	.626	97
VAR00018	3.20	.424	97
VAR00019	2.65	.678	97
VAR00020	2.35	.646	97
VAR00021	2.29	.594	97
VAR00022	2.74	.617	97
VAR00023	2.24	.658	97
VAR00024	2.24	.704	97

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	56.34	40.956	.356	.889
VAR00002	56.73	41.302	.368	.888
VAR00003	56.77	39.948	.391	.883
VAR00004	56.47	39.169	.477	.889
VAR00005	56.79	40.270	.338	.886
VAR00006	56.14	40.604	.309	.887
VAR00007	56.89	39.831	.379	.884
VAR00008	57.16	39.868	.464	.881
VAR00009	57.36	40.316	.408	.883
VAR00010	56.27	40.136	.387	.814
VAR00011	56.99	41.198	.219	.821
VAR00012	57.23	40.386	.354	.815
VAR00013	56.93	39.505	.440	.811
VAR00014	57.10	38.906	.560	.806
VAR00015	56.43	39.081	.523	.808
VAR00016	57.01	38.531	.532	.806
VAR00017	57.20	40.888	.373	.889
VAR00018	56.06	41.454	.335	.886
VAR00019	56.61	38.824	.495	.808
VAR00020	56.91	40.356	.328	.816
VAR00021	56.97	40.384	.361	.885
VAR00022	56.52	41.648	.380	.882
VAR00023	57.02	41.437	.388	.823
VAR00024	57.02	40.479	.378	.819

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
59.26	43.464	6.593	24

$$24 - 1 = 23 \times 4 + 23 \times 1 / 2 = 57,5$$

Lampiran 4

Hasil Analisis Data

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Gaya Hidup	Perilaku Konsumtif
N		102	102
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	60.42	58.02
	Std. Deviation	5.532	6.279
Most Extreme Differences	Absolute	.082	.087
	Positive	.082	.087
	Negative	-.054	-.063
Test Statistic		.082	.087
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.091	.057

a. Test distribution is Normal.

Case Processing Summary

	Included		Cases Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Perilaku Konsumtif * Gaya Hidup	102	100.0%	0	0.0%	102	100.0%

Report

Perilaku Konsumtif

Gaya Hidup	Mean	N	Std. Deviation
50	58.00	1	.
52	59.00	3	6.083
53	52.67	3	5.033
54	54.64	11	3.233
55	58.43	7	4.504
56	60.50	2	2.121
57	57.17	6	5.845
58	53.33	6	2.582
59	61.80	5	9.576
60	57.67	6	4.719
61	56.70	10	5.012
62	56.30	10	6.750
63	54.75	4	7.274
64	60.50	6	3.146
65	57.00	7	4.619
66	58.75	4	2.986
67	72.00	1	.
68	64.25	4	6.131
69	64.50	2	3.536
70	53.00	1	.
72	72.00	1	.
74	66.00	1	.
84	81.00	1	.
Total	58.02	102	6.279

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Gaya Hidup	Between Groups	(Combined)	1819.784	22	82.717	3.022	<.001
		Linearity	708.817	1	708.817	25.898	<.001
		Deviation from Linearity	1110.967	21	52.903	1.933	.019
	Within Groups		2162.176	79	27.369		
	Total		3981.961	101			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Perilaku Konsumtif * Gaya Hidup	.422	.178	.676	.457

Correlations

		Gaya Hidup	Perilaku Konsumtif
Gaya Hidup	Pearson Correlation	1	.422**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	102	102
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	.422**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	102	102

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

Lampiran 5

Surat Izin Penelitian



Nomor : 48/FPSI/01.10/1/2026

05 Januari 2026

Lampiran : -

Hal : Penelitian

Yth. Bapak/Ibu Management
PT. Ruang Kreatif Pos/Posbloc Medan
di -
Tempat

Dengan hormat,

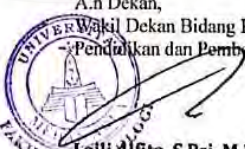
Bersama ini kami berharap Bapak/Ibu berkenan memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami untuk melaksanakan pengambilan data penelitian di lingkungan **Posbloc Medan** sebagai bagian dari penyusunan tugas akhir. Adapun data diri mahasiswa yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Nama : Jihan Fadilla Rinaldy
Nomor Pokok Mahasiswa : 218600290
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Psikologi

Mahasiswa tersebut akan melaksanakan penelitian dengan judul "**Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Dewasa Awal Pengunjung Posbloc Medan**". Kegiatan pengumpulan data akan berlangsung di **Posbloc Medan**. Penelitian ini bersifat akademik dan ditujukan untuk penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan program Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Penelitian mahasiswa tersebut dibimbing oleh Ibu **Ira Kesuma Dewi S.Psi, M.Psi**.

Sehubungan dengan hal tersebut, kami sangat mengharapkan dukungan Bapak/Ibu dalam memfasilitasi proses pengambilan data yang diperlukan. Selain itu, apabila proses penelitian telah selesai, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk menerbitkan **Surat Keterangan** yang menyatakan bahwa mahasiswa yang bersangkutan telah menyelesaikan kegiatan pengumpulan data di Perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

A.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Penjaminan Mutu
Pendidikan dan Pembelajaran

Laili Alfita, S.Psi, M.M, M.Psi, Psikolog

Tembusan
- Mahasiswa Ybs
- Arsip



