

# PENGARUH GAYA HIDUP HEDONIS DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI SEMESTER IV, VI DAN VIII UNIVERSITAS BHINNEKA PGRI TULUNGAGUNG TAHUN AKADEMIK 2022/2023

Ayu Nuro'im<sup>1</sup>, Muhammad Anasrulloh<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Bhinneka PGRI

Corresponding Author: [ayunuroim8@gmail.com](mailto:ayunuroim8@gmail.com)<sup>1</sup>, [anasrullohm7@gmail.com](mailto:anasrullohm7@gmail.com)<sup>2</sup>

## Article History

Received : 16-08-2023

Revised : 22-08-2023

Accepted : 25-08-2023

**Kata Kunci: Gaya Hidup Hedonis; Media Sosial; Perilaku Konsumtif**

**Keywords: Consumptive Behavior; Hedonic Lifestyle; Social Media**

## ABSTRAK

Perilaku konsumtif mengakibatkan seseorang merasa senang, dan puas serta hidup mewah yang umumnya sering dialami oleh generasi remaja. Hal ini dapat diakibatkan salah satunya dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin masif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif, pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif, pengaruh gaya hidup hedonis dan media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi pendidikan ekonomi semester IV, VI, dan VIII Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung tahun akademik 2022/2023. Penelitian ini berjenis non eksperimen dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 72 mahasiswa. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji hipotesis dengan uji t, dan uji f, serta koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis memiliki pengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, gaya hidup hedonis dan media sosial secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

## ABSTRACT

*Consumptive behavior causes a person to feel satisfied and live a luxurious life which is generally experienced by the younger generation. This can be caused by the development of increasingly massive technology. This study aims to find out the influence of a hedonic lifestyle on consumptive behavior, the influence of social media on consumptive behavior, the influence of a hedonic lifestyle and social media on consumptive behavior of students in the Study Program of Economics Education in semesters IV, VI, and VIII at University of Bhinneka PGRI Tulungagung for the academic year 2022/2023. This research was a non-experimental type*

*using a quantitative approach. The sample in this study were 72 students. The data collection techniques used questionnaires, and documentation. The data analysis techniques used validity test, reliability test, classic assumption test consisting of normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, hypothesis test with t test, and f test, and the coefficient of determination. The results of this study showed that a hedonic lifestyle has an influence significantly on student consumptive behavior, social media has a significant influence on student consumptive behavior, hedonic lifestyle and social media simultaneously have a significant influence on student consumptive behavior.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang semakin maju, mempengaruhi ilmu pengetahuan dan teknologi. Saat ini, kebutuhan seseorang dapat terpenuhi dengan mudahnya. Seseorang bisa dengan mudah dan bebas memilih produk yang mereka inginkan. Para remaja lebih meminati berbagai produk *fashion* dan produk kosmetik. Berbagai kalangan terutama remaja saat ini, lebih suka terlihat modern dan mengikuti *trend* daripada berinteraksi dengan lingkungan sosialnya. Perilaku ini akan menimbulkan keinginan remaja membeli produk untuk memenuhi kebutuhannya demi memuaskan keinginannya.

Perilaku konsumtif bukan lagi untuk memenuhi keinginan yang sifatnya untuk menaikkan *prestige*, menjaga gengsi, ataupun mengikuti *trend* (Sari & Subaida, 2019). Seseorang yang berperilaku konsumtif terkadang juga gengsi apabila mereka tidak bisa menyamai diri mereka dengan lingkungan sosial. Perilaku konsumtif mengakibatkan seseorang suka membanding-bandingkan hidup seseorang (Lindratno & Anasrulloh, 2022).

Dalam benak seseorang yang berperilaku konsumtif hanya terdapat rasa senang dan puas serta hidup mewah (Susilowati et al., 2022). Seseorang yang berperilaku konsumtif dapat melakukan berbagai upaya untuk mendapatkan sesuatu hal yang mereka inginkan. Mereka tidak memperdulikan hal-hal yang membuat mereka kecewa, yang mereka tahu mereka merasa senang karena dapat memenuhi keinginannya.

Remaja adalah yang paling banyak berperilaku konsumtif, yang mereka tahu hanyalah mereka ingin menyamai manusia dari kalangan atas (Mustomi & Puspasari, 2020). Banyaknya iklan yang sering dilihat akan meningkatkan keinginan seseorang untuk membeli produk tersebut. Selain itu, banyaknya diskon juga meningkatkan keinginan seseorang untuk membeli produk. Bahkan hal lain yang menyebabkan remaja berperilaku konsumtif yaitu suka meniru gaya teman serta tidak realistis dan selalu bersikap boros sehingga produsen selalu menetapkan remaja sebagai target pasar mereka.

Perilaku konsumtif kerap dijumpai pada mahasiswa program studi pendidikan ekonomi semester IV, VI, dan VIII Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung. Kebanyakan waktu

mahasiswa dihabiskan diluar rumah, sehingga mereka mudah terpengaruh oleh keadaan diluar rumah. Apalagi zaman sekarang mahasiswa tidak luput oleh penggunaan media sosial.

Mahasiswa merupakan kelompok yang kerap berperilaku konsumtif, terutama mahasiswi (Anggraeni & Setiaji, 2018). Mahasiswi selalu ingin berpenampilan cantik dan menarik sehingga mereka rela menghabiskan uangnya untuk memenuhi keinginannya. Walaupun mahasiswi paling banyak berperilaku konsumtif, mahasiswa juga berperilaku konsumtif namun tidak sebanyak mahasiswi (Khairat et al., 2018). Mahasiswa maupun mahasiswi sama-sama suka berperilaku konsumtif, namun yang paling banyak berperilaku konsumtif adalah mahasiswi.

Mahasiswa prodi pendidikan ekonomi semester IV, VI, dan VIII seharusnya sudah mendapatkan berbagai ilmu ekonomi pada mata kuliah ekonomi mikro yang dapat diterapkan dalam kehidupannya agar lebih bijak dalam mengatasi permasalahan terkait ekonomi. Pada kenyataannya meskipun mahasiswa prodi pendidikan ekonomi semester IV, VI, dan VIII sudah mendapatkan ilmu ekonomi, tetap saja belum bisa menerapkan ilmu ekonomi tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

Untuk menduga penyebab perilaku konsumtif pada mahasiswa semester IV, VI, dan VIII peneliti melakukan observasi pada mahasiswa program studi pendidikan ekonomi semester IV, VI, dan VIII di Universitas Bhinneka PGRI. Masalah perilaku konsumtif mahasiswa semester IV, VI, dan VIII dapat diduga dipengaruhi oleh gaya hidup hedonis dan media sosial. Hal ini, dapat dilihat dari penampilan mahasiswa prodi pendidikan ekonomi semester IV, VI, dan VIII bahwa penampilan mereka sangat modis dan sesuai dengan *trend*.

Selanjutnya peneliti juga melakukan wawancara pada 3 perwakilan mahasiswa prodi pendidikan ekonomi semester VI. Dari hasil wawancara yang dilakukan pada 11 Januari 2023 diperoleh bahwa mahasiswa pertama menyatakan bahwa dia merasa senang sekali mengikuti perkembangan *trend* pada media sosial WhatsApp, Instagram, dan Tiktok, serta membeli produk yang dia inginkan, dengan alasan bahwa apabila ada teman yang memuji penampilannya dia akan merasa senang. Mahasiswa kedua menyatakan sering mengikuti gaya fashion pada Tiktok, Instagram, Youtube, dan Facebook, karena dia tidak ingin ketinggalan zaman dan hal tersebut bisa membuat lebih percaya diri. Selain itu, juga mahasiswa ketiga menyatakan dia senang membeli produk terbaru meskipun dia sudah memilikinya, karena bisa membuat hati merasa puas. Apalagi ditambah banyaknya promo pada produk tersebut, semakin meningkatkan keinginan untuk ingin memilikinya.

Berdasarkan fenomena tersebut, bahwa mahasiswa prodi pendidikan ekonomi semester IV, VI, dan VIII merasa senang apabila apa yang mereka inginkan dapat terpenuhi serta apa yang mereka kenakan mendapat pujian dari teman. Dari sinilah yang menandakan bahwa ada pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi pendidikan ekonomi semester IV, VI, dan VIII Universitas Bhinneka PGRI. Mahasiswa program studi pendidikan ekonomi juga mudah terpengaruh dan tertarik terhadap apa yang ditampilkan pada

media sosial, seperti iklan baju, iklan sepatu, iklan tas, dll. Apalagi jika ditambah tawaran-tawaran menarik lainnya seperti diskon, potongan harga, gratis ongkir, dll.

Media sosial pada *handphone* menjadi hal utama yang harus dibawa kemanapun mahasiswa prodi pendidikan ekonomi semester IV, VI, dan VIII pergi. Baik mahasiswa maupun mahasiswi mereka tidak pernah lupa untuk membawa *handphone* mereka. Apabila *handphone* tertinggal mahasiswa program studi pendidikan ekonomi semester IV, VI, dan VIII akan rela kembali untuk mengambil *handphone*. Selain itu, ketika mahasiswa berkumpul mereka lebih suka fokus pada media sosialnya dari pada mengobrol dengan temannya. Dari sinilah yang menandakan bahwa terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa program studi pendidikan ekonomi semester IV, VI, dan VIII Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung tahun akademik 2022/2023.

Penelitian lain yang mendukung fenomena tersebut adalah hasil penelitian dari Sa'idah dan Fitriyati (2022) dengan judul "Analisis Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Pandemi Covid-19" menyatakan gaya hidup hedonis berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, juga penelitian yang dilakukan oleh Egita dan Dwiridotjahjono (2021) dengan judul "Pengaruh Iklan, Konformitas, dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-Commerce Shopee di Kota Mojokerto" menyatakan gaya hidup hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna aplikasi e-commerce shopee. Juga penelitian yang dilakukan oleh Aplaha dan Zakiroh (2021) dengan judul "Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa SMP Negeri 5" menyatakan gaya hidup hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa SMP Negeri 5 Sampang.

Penelitian yang dilakukan oleh Farasyi dan Iswati (2021) dengan judul "Pengaruh Media Sosial, E-lifestyle, dan Budaya Digital Terhadap Perilaku Konsumtif" menyatakan media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna aplikasi Go Food. Selain itu, juga penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni dan Setiaji (2018) dengan judul "Pengaruh Media Sosial dan Status Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa" menyatakan ada pengaruh positif dan signifikan media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Semarang. Juga penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Subaida (2019) dengan judul "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo" menyatakan perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo dipengaruhi oleh online shop pada media sosial secara positif dan signifikan.

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif dengan jenis yang digunakan adalah penelitian non-eksperimen. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah mahasiswa program studi pendidikan ekonomi semester IV, VI, dan VIII Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung tahun akademik 2022/2023 yaitu sebanyak 255 mahasiswa. Untuk mendapatkan data yang representatif maka peneliti mengambil sampel pada penelitian ini sebanyak 72 mahasiswa. Pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji hipotesis dengan uji t, dan uji f, serta koefisien determinasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Data dan Uji Hipotesis

Pada sub bab ini akan membahas mengenai uji instrumen, uji asumsi klasik, dan analisis data. Berikut adalah data hasil olah peneliti sebagai berikut:

#### 1. Uji Instrumen

##### a. Uji Validitas

Untuk menguji validitas pada penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 21.0 dengan melakukan uji coba terhadap 30 responden untuk mengetahui  $r_{hitung}$ . Setelah itu,  $r_{hitung}$  dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  *product momen* dengan taraf signifikan 5% yaitu sebesar 0,361. Apabila  $r_{hitung} >$  dari 0,361 maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Apabila  $r_{hitung} <$  dari 0,361 maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid dan instrumen layak digunakan sebagai alat ukur pada penelitian ini :

**Tabel 1.** Hasil Uji Validitas Instrumen Perilaku Konsumtif (Y)

No.	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Keterangan
1	0,533	0,361	Valid
2	0,619	0,361	Valid
3	0,766	0,361	Valid
4	0,432	0,361	Valid
5	0,421	0,361	Valid
6	0,486	0,361	Valid
7	0,550	0,361	Valid
8	0,819	0,361	Valid
9	0,733	0,361	Valid
10	0,566	0,361	Valid
11	0,801	0,361	Valid
12	0,714	0,361	Valid

13	0,721	0,361	Valid
14	0,705	0,361	Valid
15	0,736	0,361	Valid
16	0,836	0,361	Valid
17	0,734	0,361	Valid
18	0,716	0,361	Valid
19	0,759	0,361	Valid
20	0,504	0,361	Valid

Sumber: Data Olah Peneliti, 2023

Dari tabel terlihat bahwa 20 pernyataan tersebut dinyatakan valid karena  $r_{hitung} >$  dari 0,361. Berarti angket perilaku konsumtif mahasiswa program studi pendidikan ekonomi semester IV, VI, dan VIII Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung tahun akademik 2022/2023 layak dijadikan instrumen penelitian.

**Tabel 2.** Hasil Uji Validitas Instrumen Gaya Hidup Hedonis (X1)

No.	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Keterangan
1	0,763	0,361	Valid
2	0,793	0,361	Valid
3	0,656	0,361	Valid
4	0,712	0,361	Valid
5	0,813	0,361	Valid
6	0,387	0,361	Valid
7	0,782	0,361	Valid
8	0,800	0,361	Valid
9	0,792	0,361	Valid
10	0,513	0,361	Valid
11	0,704	0,361	Valid
12	0,734	0,361	Valid
13	0,736	0,361	Valid
14	0,622	0,361	Valid
15	0,730	0,361	Valid
16	0,631	0,361	Valid
17	0,604	0,361	Valid
18	0,685	0,361	Valid
19	0,766	0,361	Valid
20	0,637	0,361	Valid

Sumber: Data Olah Peneliti, 2023

Dari tabel terlihat bahwa 20 pernyataan tersebut dinyatakan valid karena  $r_{hitung} >$  dari 0,361. Berarti angket gaya hidup hedonis layak dijadikan instrumen penelitian.

**Tabel 3.** Hasil Uji Validitas Instrumen Media Sosial (X2)

No.	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Keterangan
1	0,613	0,361	Valid
2	0,816	0,361	Valid
3	0,790	0,361	Valid
4	0,879	0,361	Valid
5	0,832	0,361	Valid
6	0,829	0,361	Valid
7	0,808	0,361	Valid
8	0,755	0,361	Valid
9	0,813	0,361	Valid
10	0,677	0,361	Valid
11	0,897	0,361	Valid
12	0,877	0,361	Valid
13	0,852	0,361	Valid
14	0,913	0,361	Valid
15	0,912	0,361	Valid
16	0,862	0,361	Valid
17	0,870	0,361	Valid
18	0,887	0,361	Valid
19	0,824	0,361	Valid
20	0,869	0,361	Valid

Sumber: Data Olah Peneliti, 2023

Dari tabel terlihat bahwa 20 pernyataan tersebut dinyatakan valid karena  $r_{hitung} >$  dari 0,361. Berarti angket media sosial layak dijadikan instrumen penelitian.

#### b. Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui reliabel dari suatu angket maka diperlukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan uji coba pada 30 responden dengan menggunakan bantuan SPSS versi 21.0 untuk mengetahui  $t_{hitung}$  pada variabel penelitian ini. Kemudian,  $t_{hitung}$  dibandingkan dengan *Cronbach Alpha* sebesar 0,70. Apabila  $t_{hitung} >$  0,70 maka pernyataan pada variabel penelitian ini dinyatakan reliabel. Apabila  $t_{hitung} <$  0,70 maka pernyataan pada variabel penelitian ini dinyatakan tidak reliabel. Perhitungan reliabilitas dalam penelitian ini dengan bantuan SPSS versi 21.0 yaitu sebagai berikut :

**Tabel 4.** Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,928	20

Berdasarkan tabel Dapat diketahui bahwa  $0,928 > 0,70$  artinya seluruh pernyataan pada variabel perilaku konsumtif pada mahasiswa program studi pendidikan ekonomi semester IV, VI, dan VIII Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung tahun akademik 2022/2023 dinyatakan reliabel dan dapat dipercaya untuk dijadikan instrumen penelitian.

**Tabel 5.** Reliabilitas Variabel Gaya Hidup Hedonis (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,943	20

Berdasarkan tabel Dapat diketahui bahwa  $0,943 > 0,70$  artinya seluruh pernyataan pada variabel gaya hidup hedonis dinyatakan reliabel dan dapat dipercaya untuk dijadikan instrumen penelitian.

**Tabel 6.** Reliabilitas Variabel Media Sosial (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,975	20

Berdasarkan tabel Dapat diketahui bahwa  $0,975 > 0,70$  artinya seluruh pernyataan pada variabel media sosial dinyatakan reliabel dan dapat dipercaya untuk dijadikan instrumen penelitian.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Tujuan dari pengujian asumsi klasik pada penelitian ini adalah untuk mengetahui, menguji, serta memastikan kelayakan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini digunakan untuk menguji normal atau tidaknya sebuah model regresi, seperti residu dari variabel dependen (terikat), variabel independen (bebas) atau keduanya. Untuk mendeteksi apakah residu berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan menggunakan analisis grafik. Untuk menguji normalitas residual menggunakan uji statistik *non-parametrik kolmogorv-smirnov*. Apabila diketahui nilai *Asymp Sig (2-tiled)*  $> 0,05$  maka residual pada model regresi terdistribusi normal. Dasar pengambilan keputusan yaitu, jika data menyebar disekitar garis diagonal atau grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2016). Hasil perhitungan normalitas dapat dilihat pada tabel berikut ini .

**Tabel 7** Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

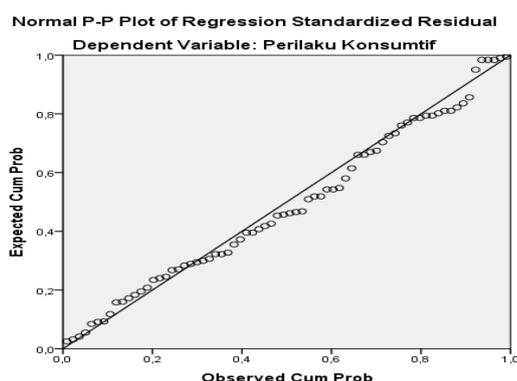
		Unstandardized Residual
N		72
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	5,33020473
	Absolute	,077
Most Extreme Differences	Positive	,077
	Negative	-,054
Kolmogorov-Smirnov Z		,652
Asymp. Sig. (2-tailed)		,788

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

*Sumber Data: hasil olah peneliti SPSS 21, 2023*

Berdasarkan tabel diketahui bahwa nilai Asymp.Sig (2-tailed) sebesar  $0,788 > 0,05$ . Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.



**Gambar 1.** Hasil Uji Normalitas Menggunakan P-Plot

Berdasarkan gambar di atas dinyatakan bahwa data telah berdistribusi normal, karena P-Plot mengikuti garis diagonal seta sebab titik-titik menyebar disekitar garis lurus. Sehingga data dapat dipakai untuk penelitian.

## b. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui data yang dimiliki sesuai garis linier atau belum. Jadi peningkatan atau penurunan kuantitas disalah satu variabel akan diikuti secara linier oleh peningkatan atau penurunan kuantitas di variabel lain (linier = garis lurus). Dasar pengambilan keputusan dalam interpretasi Uji Linieritas adalah sebagai berikut:

- Jika nilai *Deviation from LinieritySig.* > 0,05, maka terdapat hubungan yang linier antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- Jika nilai *Deviation from LinieritySig.* < 0,05, maka tidak terdapat hubungan yang linier antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Tabel hasil uji linieritas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 8.** Hasil Uji Linieritas Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			6377,608	29	219,918	6,702	,000
Perilaku Konsumtif Gaya Hidup Hedonis	Between Groups	Linearity	5248,585	1	5248,585	159,940	,000
	* Groups	Deviation from Linearity	1129,023	28	40,322	1,229	,268
Within Groups			1378,267	42	32,816		
Total			7755,875	71			

*Sumber Data: Hasil Olah Peneliti SPSS 21, 2023*

Berdasarkan tabel Hasil uji linieritas variabel Gaya Hidup Hedonis (X1) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y) diperoleh nilai *Sig. Deviation from Linierity* > 0,05. Nilai *Sig. Deviation from Linierity* lebih dari 0,05 yaitu 0,268. Maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian memenuhi syarat linieritas dan lolos uji serta dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara variabel-variabel yang ada.

**Tabel 9.** Hasil Uji Linieritas Media Sosial (X1) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			3638,875	31	117,383	1,140	,344
Perilaku Konsumtif Media Sosial	Between Groups	Linearity	172,133	1	172,133	1,672	,203
	* Groups	Deviation from Linearity	3466,742	30	115,558	1,123	,362
Within Groups			4117,000	40	102,925		
Total			7755,875	71			

*Sumber Data: Hasil Olah Peneliti SPSS 21, 2023*

Berdasarkan tabel Hasil uji linieritas variabel Gaya Hidup Hedonis (X1) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y) diperoleh nilai *Sig. Deviation from Linierity* > 0,05. Nilai *Sig. Deviation from Linierity* lebih dari 0,05 yaitu 0,362. Maka dapat disimpulkan bahwa data

penelitian memenuhi syarat linieritas dan lolos uji serta dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara variabel-variabel yang ada.

**c. Uji Multikolonieritas**

Untuk menguji apakah model regresi terdapat korelasi antar dua variabel bebas maka diperlukan uji multikolonieritas. Hasil uji multikolonieritas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 10.** Hasil Uji Multikolonieritas  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)		2,088	,040		
Gaya Hidup Hedonis	,733	10,665	,000	,798	1,253
Media Sosial	,228	3,322	,001	,798	1,253

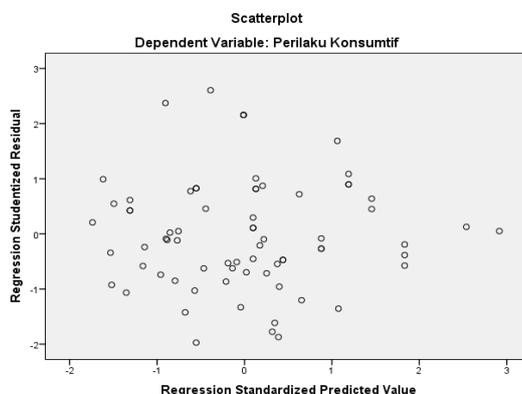
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

*Sumber Data: Hasil Olah Peneliti SPSS 21, 2023*

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa model regresi linier bebas dari korelasi dan lolos uji multikolonieritas. Didapat bahwa sebaran VIP (1,253 ; 1,253) berada dibawah angka 10 dan Tolerance (0,798 ; 0,798) diatas angka 0,1.

**d. Uji Heteroskedastisitas**

Tujuan dari uji heteroskedastisitas yaitu untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual. Uji heteroskedastisitas dilihat dengan ada tidaknya pola grafik regresi pada Scatter Plot, jika ada maka telah terjadi heteroskedastisitas dan jika tidak terjadi pola yang jelas atau polanya menyebar di atas atau dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.



**Gambar 2.** Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar scatterplot diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas serta lolos uji heteroskedastisitas.

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup hedonis (X1) dan media sosial (X2) terhadap perilaku konsumtif (Y). Untuk mengukur analisis regresi linier berganda menggunakan bantuan *SPSS versi 21 for Windows*. Hasil analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

**Tabel 11.** Hasil Regresi Linier Berganda

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7,892	3,779		2,088	,040		
Gaya Hidup Hedonis	,695	,065	,733	10,665	,000	,798	1,253
Media Sosial	,203	,061	,228	3,322	,001	,798	1,253

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

*Sumber Data: Hasil Olah Peneliti SPSS 21, 2023*

Berdasarkan hasil analisis regresi linier beranda pada tabel 4.14 Dapat diperoleh suatu persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$Y = 7,892 + 0,695 (X1) + 0,203 (X2)$$

- 1) a merupakan konstanta yang besarnya 7,892 menyatakan bahwa jika variabel independen (gaya hidup hedonis dan media sosial) sebesar 0 (nol), maka nilai variabel dependen (perilaku konsumtif) sebesar 7,892.
- 2) b1 merupakan besarnya koefisien regresi variabel bebas gaya hidup hedonis (X1) sebesar 0,695, artinya setiap ada penambaha gaya hidup hedonis (X1) sebesar satuan, maka akan mempengaruhi variabel terikat perilaku konsumtif (Y) sebesar 0,695 dengan anggapan variabel lainnya konstan.
- 3) b2 merupakan besarnya koefisien regresi variabel bebas media sosial (X2) sebesar 0,203, artinya setiap ada penambahan atau kenaikan media sosial sebesar satuan, maka akan mempengaruhi variabel terikat perilaku konsumtif (Y) sebesar 0,203 dengan anggapan variabel lainnya konstan.

### 4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh gaya hidup hedonis dan media sosial terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa program studi pendidikan ekonomi semester IV, VI, dan VIII Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung

tahun akademik 2022/2023 dengan menggunakan *SPSS versi 21*. Hasil pengujian hipotesis adalah sebagai berikut :

**a. Uji Parsial (Uji t)**

H<sub>0</sub> : koefisien regresi adalah tidak signifikan

H<sub>a</sub> : koefisien regresi adalah signifikan

Dengan kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut :

- Apabila probabilitas > 0,05 maka H<sub>0</sub> diterima
- Apabila probabilitas < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima

Hasil sebagai berikut:

**Tabel 12.** Hasil Uji T  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7,892	3,779		2,088	,040
1 Gaya Hidup Hedonis	,695	,065	,733	10,665	,000
Media Sosial	,203	,061	,228	3,322	,001

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

*Sumber Data: Hasil Olah Peneliti SPSS 21, 2023*

Dijelaskan bahwa semua variabel bebas berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat berdasarkan hasil uji t yaitu koefisien parsial variabel gaya hidup hedonis diperoleh nilai t hitung (10,665) > t tabel (1,997) dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Koefisien parsial untuk variabel media sosial diperoleh nilai t hitung (3,322) > t tabel (1,997) dan nilai signifikan sebesar 0,001 < 0,05 maka H<sub>a</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak.

**b. Uji Simultan (Uji f)**

H<sub>0</sub> : Koefisien regresi adalah tidak signifikan

H<sub>a</sub> : Koefisien regresi adalah signifikan

Dengan kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut :

- Apabila probabilitas > 0,05 maka H<sub>0</sub> diterima
- Apabila probabilitas < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak Ha diterima

Untuk menguji signifikan atau tidaknya variabel X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel Y digunakan perbandingan F hitung dengan F tabel.

**Tabel 13.** Hasil Uji F**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5738,688	2	2869,344	98,149	,000 <sup>b</sup>
	Residual	2017,187	69	29,235		
	Total	7755,875	71			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Media Sosial, Gaya Hidup Hedonis

*Sumber Data: Hasil Olah Peneliti SPSS 21, 2023*

Data ANOVA menunjukkan bahwa nilai F hitung (98,149) > F tabel (3,98) dan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga pada pengujian hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan Gaya Hidup Hedonis dan Media Sosial terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa program studi pendidikan ekonomi semester IV, VI, dan VIII Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2022/2023.

## 5. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan suatu bilangan yang real diperoleh dari suatu proses R Square atau kuadrat dari R, yaitu menunjukkan koefisien determinasi. Dalam koefisien determinasi angkanya dapat diubah menjadi persen yang artinya prosentase sumbangan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji koefisiensi determinasi sebagai berikut:

**Tabel 14.** Hasil Uji Determinasi**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,860 <sup>a</sup>	,740	,732	5,407	1,781

a. Predictors: (Constant), Media Sosial, Gaya Hidup Hedonis

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

*Sumber Data: Hasil Olah Peneliti SPSS 21, 2023*

Berdasarkan tabel 4.17 Diatas dapat diketahui koefisien korelasi adalah sebesar 0,860, dan determinasi Adjusted R Square sebesar 0,732 atau 73%. Hal ini menunjukkan bahwa 73% perubahan variabel (Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel (X1) dan (X2). Sedangkan sisanya sebesar 27% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel (X1) dan (X2) yang mempengaruhi perilaku konsumtif.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian secara parsial variabel gaya hidup hedonis memiliki pengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi pendidikan ekonomi semester IV, VI, dan VIII Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung tahun akademik 2022/2023 memiliki kategori cukup tinggi, diperoleh nilai  $(10,665) > (1,997)$  dan nilai signifikan sebesar  $(0,000) < (0,05)$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Berdasarkan penelitian secara parsial variabel media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi pendidikan ekonomi semester IV, VI, dan VIII Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung tahun akademik 2022/2023 memiliki kategori cukup tinggi, diperoleh nilai  $(3,322) > (1,997)$  dan nilai signifikan sebesar  $(0,001) < (0,05)$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Berdasarkan Uji F gaya hidup hedonis dan media sosial bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi pendidikan ekonomi semester IV, VI, dan VIII Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung tahun akademik 2022/2023 diperoleh nilai F hitung  $(98,149) > F$  tabel  $(2,74)$  dan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Setelah peneliti melakukan penelitian di Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung dan telah memperoleh hasilnya, peneliti memberikan saran-saran yaitu diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan dalam menghadapi perkembangan zaman agar terhindar dari gaya hidup hedonis serta dapat menggunakan media sosial dengan lebih bijak untuk mengurangi perilaku konsumtif. Diharapkan penelitian ini mampu menambah referensi dipustaka Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung khususnya dalam penelitian bagi program pendidikan ekonomi. Selain itu, diharapkan penelitian ini mampu menyempurnakan kurikulum Program Studi Pendidikan Ekonomi agar kedepannya mahasiswa mampu lebih bijak lagi dalam mengatasi perilaku konsumtif. Diharapkan penelitian ini mampu menambah wawasan untuk dapat diperhatikan lagi agar mahasiswa benar-benar memahami materi ekonomi mikro agar dapat mengurangi sifat perilaku konsumtif pada mahasiswa. Dan juga, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi khususnya untuk penelitian yang berkaitan dengan perilaku konsumtif. Selanjutnya, diharapkan peneliti lain dapat meneliti variabel lain dengan menambah atau mengganti variabel yang mempengaruhi perilaku konsumtif dalam skala penelitian yang lebih besar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, E., & Setiaji, K. (2018). Pengaruh Media Sosial dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Economic Education Analysis Journal*, 7(1), 172–180.
- Aplaha, & Zakiroh, S. D. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa SMP Negeri 5*. 7(2), 59–67.

- Egita, S., & Dwiridotjahjono, J. (2021). Pengaruh Iklan, Konformitas dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-Commerce Shopee di Kota Mojokerto. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 26–39.
- Farasyi, fikri al, & Iswati, H. (2021). *Pengaruh Media Sosial, E-Lifestyle dan Budaya Digital Terhadap Perilaku Konsumtif*. 3(11), 2356–2371.
- Ghozali. (2016). *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (edisi 1). Yoga Pratama.
- Khairat, M., Yuliana, S., & Yusri, nur 'aisyiah. (2018). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi Islam*, 9(2), 130–139.
- Lindratno, N. E. N., & Anasrulloh, M. (2022). PENGARUH GAYA HIDUP DAN PENGENDALIAN DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT TULUNGAGUNG (Studi Kasus Pada Rumah Putih Coffee House). *Jurnal Economina*, 1(2), 272–284. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i2.43>
- Mustomi, D., & Puspasari, A. (2020). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa The Influence of Sosial Media on Consumtive Behavior of Students*. 4(1), 133–147.
- Sa'idah, F., & Fitrayati, D. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan*, 9(3), 467–475.
- Sari, rini kartika, & Subaida, I. (2019). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo The Effects of Social Media on Consumtive Online Shopping Behavior of the Students of Faculty of Economics at Univers*. 3(1), 38–51.
- Susilowati, Zain, R., Majdi, M. Z., & Hesti, J. (2022). Pengaruh Media Sosial Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Hamzanwadi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 6(1), 186–199. <https://doi.org/10.29408/jpek.v6i1.5715>