

**PENGARUH REGULASI DIRI DAN GAYA HIDUP HEDONIS
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PRODUK FASHION PADA
MAHASISWI**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Strata
Satu (S1)

Psikologi (S.Psi)



Diajukan oleh :

LIFIANA MARYATUL KIFTIYAH

1807016098

**PRODI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
UIN WALISONGO SEMARANG
TAHUN 2022**

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lifiana Maryatul Kiftiyah

NIM : 1807016098

Program Studi : S1-Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

“PENGARUH REGULASI DIRI DAN GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PRODUK FASHION PADA MAHASISWI”

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 07 Juli 2022

Pembuat Pernyataan,



Lifiana Maryatul Kiftiyah

NIM. 1807016098



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
JURUSAN PSIKOLOGI

Jl. Prof. Hamka (Kampus III) Ngaliyan, Semarang 50185, Telp. 76433370

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini :

Judul : PENGARUH REGULASI DIRI DAN GAYA HIDUP HEDONIS
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PRODUK FASHION PADA
MAHASISWI

Penulis : Lifiana Maryatul Kiftiyah

Nim : 1807016098

Jurusan : Psikologi

Telah diujikan dalam sidang munaqosah oleh Dewan Penguji Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam ilmu psikologi.

Semarang, 05 Juli 2022

DEWAN PENGUJI

Penguji I

Dr. Nikmah Rochmawati, M.Si
NIP.

Penguji II

Wening Wihartati, S.Psi, M.Si
NIP. 197711022006042004

Penguji III

Dewi Khurun Aini, M.A
NIP. 198605232018012002

Penguji IV

Lucky Ade Sessiani, M.Psi., Psikolog
NIP. 198512022019032010

Pembimbing I

Wening Wihartati, S.Psi, M.Si
NIP. 197711022006042004

Pembimbing II

Khairani Zikrinawati, M.A
NIP. 199201012019032036



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
JURUSAN PSIKOLOGI

Jl. Prof. Hamka (Kampus III) Ngaliyan, Semarang 50185, Telp. 76433370

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Assalamu 'alaikum. wr. wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah proposal skripsi dengan judul sebagai berikut.

Judul : PENGARUH REGULASI DIRI DAN GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PRODUK FASHION MAHASISWI

Nama : Lifiana Maryatul Kiftiyah

NIM : 1807016098

Jurusan : Psikologi

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo untuk diujikan dalam Ujian Munaqosah.

Wassalamu 'alaikum. wr. wb.

Mengetahui
Pembimbing I,

Wening Wihartati, S.Psi., M.Si
197711022006042004

Semarang, 08 Juni 2022
Yang bersangkutan

Lifiana Maryatul Kiftiyah
1807016098



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
JURUSAN PSIKOLOGI

Jl. Prof. Hamka (Kampus III) Ngaliyan, Semarang 50185, Telp. 76433370

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Assalamu'alaikum. wr. wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah proposal skripsi dengan judul sebagai berikut.

Judul : PENGARUH REGULASI DIRI DAN GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PRODUK FASHION MAHASISWI

Nama : Lifiana Maryatul Kiftiyah

NIM : 1807016098

Jurusan : Psikologi

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo untuk diujikan dalam Ujian Munaqosah.

Wassalamu'alaikum. wr. wb.

Mengetahui
Pembimbing II,

Khairani Zikrinawati, S.Psi., M.A
199201012019032036

Semarang, 08 Juni 2022
Yang bersangkutan

Lifiana Maryatul Kiftiyah
1807016098

MOTTO

Jangan takut untuk melangkah dan mengambil resiko, ibarat membaca buku, tanpa membuka halaman selanjutnya kamu tidak akan tau akhirnya akan seperti apa.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat, serta pertolongan-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kami Nabi Muhammad SAW yang kami nanti-nantikan syafa'atnya kelak di yaumul qiyamah.

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Regulasi Diri dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Produk Fashion Mahasiswi”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) dalam ilmu Psikologi (S.Psi) Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Proses penelitian dan penyusunan laporan skripsi ini juga memiliki kendala dan kekurangan. Namun penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini karena adanya bantuan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai. Secara khusus saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, atas segala rahmat yang telah dilimpahkan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Prof. Dr. Kh. Imam Taufiq, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Prof. Dr. Syamsul Ma'arif, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Ibu Wening Wihartati, S. Psi., M. Si, selaku Ketua Jurusan Psikologi Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang sekaligus pembimbing I dan dosen wali yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mendampingi, membimbing, dan mengarahkan penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Khairani Zikrinawati, S.Psi., M.A, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, dukungan, arahan, serta waktunya selama proses penyusunan skripsi.
6. Dosen Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmunya serta membimbing dan memberikan arahan kepada penulis.

7. Seluruh Civitas akademik Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberikan pelayanan dan fasilitas yang menunjang.
8. Kepada keluarga tercinta, kedua orang tua penulis, Bapak Asmuji, Ibu Siti Rokhadiyah, dan kakak-kakak yang selalu mendoakan, mendukung, dan memberi semangat.
9. Kepada mahasiswi Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo Semarang, yang telah berkenan menjadi subjek penelitian.
10. Kepada seluruh Angkatan 2018 prodi psikologi terutama kelas psikologi C yang telah kebersamai penulis dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan.
11. Kepada Sabty Pinihanti, Bunga Cinta, Ary Purnomo, Tri Novita, Lisyta Metta, Anggi Indriyani, Dhea Anggraini, Gabriella Aufa, Nadia Putri, Nourma Annisa, Zusrina Eva, Nurul Laili, Bryant Rangga Mufin, Luthfi Maarif, dan Zuhdi Ichsanudin yang telah turut serta membantu dan menemani penulis dalam perkuliahan.
12. Kepada Annisa Fitriyani, Septa Fataria, Miftah Alkhoiriyah, Ranty Wahyuningsih, Syarofatin Nabila, Nabila Fadlin, Almira Annafi dan Berliana Puja yang telah memberikan semangat dan dukungan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
13. Kepada seluruh anggota Andalas yang telah menemani penulis dalam keadaan suka maupun duka dan menemani berproses untuk mendapatkan banyak pengalaman dalam perkuliahan ini.
14. Kepada semua pihak yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Penulis mengakui pada penelitian ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, akan tetapi penulis berharap penelitian ini dapat memberikan sumbangan serta manfaat bagi siapapun.

Semarang, 08 Juni 2022



Lifiana Maryatul Kiftiyah

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	2
PENGESAHAN	3
PERSETUJUAN PEMBIMBING 1	4
PERSETUJUAN PEMBIMBING 2.....	5
MOTTO	6
KATA PENGANTAR	7
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR TABEL.....	12
DAFTAR LAMPIRAN.....	13
ABSTRACT.....	14
BAB I.....	15
PENDAHULUAN	15
A. Latar Belakang	15
B. Perumusan Masalah	29
C. Tujuan Penelitian	29
D. Manfaat Penelitian	30
E. Keaslian Penelitian.....	31
BAB II.....	35
LANDASAN TEORI.....	35
A. Konseptualisasi Variabel Perilaku Konsumtif	35
1. Pengertian Perilaku Konsumtif	35
2. Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif	37
3. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif.....	41
4. Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Islam.....	44
B. Konseptualisasi Variabel Regulasi Diri	45
1. Pengertian Regulasi Diri	45
2. Faktor-faktor Regulasi Diri	48
3. Aspek-aspek Regulasi Diri.....	51

4.	Regulasi Diri dalam Perspektif Islam.....	55
C.	Konseptualisasi Gaya Hidup Hedonis.....	56
1.	Pengertian Gaya Hidup Hedonis	56
2.	Faktor-faktor Gaya hidup Hedonis.....	58
3.	Aspek-aspek Gaya Hidup Hedonis.....	62
4.	Gaya Hidup Hedonis Dalam Perspektif Islam	64
D.	Hubungan Antara Regulasi Diri dan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif.....	65
E.	Hipotesis Penelitian.....	69
BAB III		70
METODOLOGI PENELITIAN.....		70
A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	70
B.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	71
1.	Variabel Penelitian	71
2.	Definisi Operasional.....	71
C.	Sumber dan Jenis Data	73
D.	Tempat dan Waktu Penelitian	73
E.	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	74
1)	Populasi	74
2)	Sampel.....	75
3)	Teknik Sampling	76
F.	Teknik Pengumpulan Data.....	77
G.	Validitas dan Reliabilitas	80
1.	Validitas.....	81
2.	Reliabilitas.....	82
H.	Hasil Uji Coba Alat Ukur.....	82
1.	Validitas Alat Ukur	83
2.	Reabilitas Alat Ukur.....	87
I.	Teknik Analisis Data.....	88
1.	Uji Asumsi Klasik	88
2.	Uji Hipotesis.....	90

BAB IV	91
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	91
A. Hasil Penelitian	91
1. Deskripsi Subjek.....	91
2. Kategorisasi Variabel Penelitian	91
B. Hasil Analisis Data.....	95
1. Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik.....	96
2. Hasil Uji Hipotesis	98
C. Pembahasan.....	101
BAB V.....	110
KESIMPULAN DAN SARAN.....	110
A. Kesimpulan	110
B. Saran.....	110
REFERENSI	112
LAMPIRAN 1	117
LAMPIRAN 2.....	119
LAMPIRAN 3.....	121
LAMPIRAN 4.....	123
LAMPIRAN 5.....	127
LAMPIRAN 6.....	129
LAMPIRAN 7.....	132

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Skor Skala Likert	77
Tabel 2 Blueprint Skala Perilaku Konsumtif	78
Tabel 3 Blueprint Skala Regulasi Diri	79
Tabel 4 Blueprint Skala gaya hidup hedonis	80
Tabel 5 Hasil uji coba skala perilaku konsumtif	83
Tabel 6 Hasil uji coba skala regulasi diri	84
Tabel 7 Hasil uji coba skala gaya hidup hedonis	86
Tabel 8 Reabilitas Skala Perilaku Konsumtif	87
Tabel 9 Reabilitas Skala Regulasi Diri.....	87
Tabel 10 Reabilitas Skala Gaya Hidup Hedonis	87
Tabel 11 Data Hasil Penelitian	91
Tabel 12 Rumus kategorisasi variabel regulasi diri	92
Tabel 13 Kategorisasi variabel regulasi diri	93
Tabel 14 Rumus kategorisasi variabel gaya hidup hedonis	93
Tabel 15 Kategorisasi variabel gaya hidup hedonis.....	93
Tabel 16 Rumus kategorisasi variabel perilaku konsumtif	94
Tabel 17 Kategorisasi variabel perilaku konsumtif	94
Tabel 18 Hasil Uji Normalitas	96
Tabel 19 Hasil Uji Linieritas.....	97
Tabel 20 Hasil Uji Multikolinearitas	97
Tabel 21 Uji Regresi Linier Sederhana Regulasi Diri Dan Perilaku Konsumtif	98
Tabel 22 Prediktor Regulasi Diri Dan Perilaku Konsumtif	99
Tabel 23 Model Persamaan Regresi.....	99
Tabel 24 Uji Regresi Linier Sederhana Gaya Hidup Hedonis Dan Perilaku Konsumtif.....	99
Tabel 25 Prediktor Gaya Hidup Hedonis Dan Perilaku Konsumtif.....	100
Tabel 26 Model Persamaan Regresi.....	100

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 SKALA PERILAKU KONSUMTIF	117
LAMPIRAN 2 SKALA REGULASI DIRI	119
LAMPIRAN 3 SKALA GAYA HIDUP HEDONIS	121
LAMPIRAN 4 HASIL UJI VALIDITAS DAN REABILITAS	123
LAMPIRAN 5 PERHITUNGAN KATEGORISASI SKALA PENELITIAN	127
LAMPIRAN 6 SKOR TOTAL RESPONDEN	129
LAMPIRAN 7 DAFTAR RIWAYAT HIDUP	132

ABSTRACT

This study aims to empirically examine the effect of self-regulation and hedonic lifestyle on the consumptive behavior of fashion products in female students. The sample in this study were 95 female students at the Faculty of Psychology and Health UIN Walisongo Semarang. This study uses quantitative methods. There are three scales that are used as measuring instruments in this study, namely the self-regulation scale, the hedonic lifestyle scale and the consumptive behavior scale. The data analysis method used classical assumption test and hypothesis test, namely simple regression test. The results of the simple regression test show that there is an effect of self-regulation on consumptive behavior in female students with a significance value of 0.001 and an effective contribution of 11%. The results of the simple regression test also show that there is an influence of hedonic lifestyle on consumptive behavior in female students with a significance value of 0.000 and an effective contribution of 54.9%.

Keywords : *self regulation, hedonic lifestyle, consumptive behavior*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh regulasi diri dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif produk fashion pada mahasiswi. Sampel dalam penelitian ini yaitu 95 mahasiswi di Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo Semarang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Terdapat tiga skala yang menjadi alat ukur dalam penelitian ini yaitu skala regulasi diri, skala gaya hidup hedonis dan skala perilaku konsumtif. Metode analisis data menggunakan uji asumsi klasik dan uji hipotesis yaitu uji regresi sederhana. Hasil dari uji regresi sederhana menunjukkan bahwa terdapat pengaruh regulasi diri terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswi dengan nilai signifikansi 0,001 dan sumbangan efektif sebesar 11%. Hasil dari uji regresi sederhana juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswi dengan nilai signifikansi 0,000 dan sumbangan efektif sebesar 54,9%.

Kata kunci : *regulasi diri, gaya hidup hedonis, perilaku konsumtif*

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Apabila individu melakukan pembelian hanya bertujuan untuk kesenangan dan bukan kebutuhan dengan tidak berpikir secara rasional hal tersebut merupakan perilaku konsumtif (Munazzah, 2016). Ketika menggunakan barang, melakukan aktivitas pembelian bukan didasari dengan pertimbangan yang rasional dan mengarah ke mengonsumsi sesuatu tanpa batasan, yang mana individu berperan sebagai konsumen yang mengutamakan faktor keinginan dibandingkan dengan kebutuhan disebut perilaku konsumtif (Triyaningsih, 2011). Menurut Kotler (1997) apabila individu tidak dapat membedakan yang mana kebutuhan, permintaan dan keinginan maka akan menyebabkan munculnya sikap konsumtif.

Pertama kebutuhan (*human need*) yaitu sesuatu yang memang wajib secepatnya dilengkapi individu, pada umumnya kebutuhan wajib tersebut ialah sandang, pangan dan papan. Pada hakikatnya kebutuhan ini adalah hakikat biologis dari situasi dan kondisi individu bukan diciptakan oleh masyarakat. Kedua, keinginan (*want*) yaitu keinginan untuk pemuasan kebutuhan yang spesifik atau khusus. Kebutuhan manusia akan terus bertambah dan diperbaharui oleh kekuatan dan lambang sosial dan tidak akan ada habisnya. Keinginan timbul disebabkan kebutuhan yang bervariasi. Ketiga, permintaan (*demands*) yaitu keinginan terhadap suatu produk tertentu namun didukung oleh daya beli individu. Dapat ditarik kesimpulan sebagaimana menurut Kotler (1997) suatu tindakan guna

mengonsumsi suatu barang/produk yang bukan didasari kebutuhan namun karena keinginan untuk membeli dan menggunakan segala sesuatu hanya supaya hasrat kesenangannya terpenuhi tanpa bisa membedakan antara kebutuhan, permintaan dan keinginan disebut perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif ditandai dengan adanya kehidupan mewah dan berlebihan (Rosyid, Lina dan Rosyid, 1997). Dengan menggunakan sesuatu yang dianggap paling mahal bisa memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik yang besar dan adanya pola hidup manusia yang dikendalikan oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata. Hal ini diperkuat oleh Anggasari (dalam Triyaningsih, 2011) yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif di tandai dengan tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan.

Perilaku konsumtif juga terjadi pada mahasiswa, sebagai seorang remaja pasti ingin menunjukkan sisi terbaik pada dirinya, salah satunya ingin terlihat menarik dalam penampilannya. Menurut Piaget, masa remaja secara psikologis yaitu usia pada saat individu menjadi berintegrasi dengan masyarakat dewasa, dimana anak pada saat usia ini merasa mempunyai tingkatan yang sama dengan orang-orang dewasa, minimalnya ketika berkaitan dengan hak (dalam Hurlock, 1997). Istilah remaja menurut Hurlock (dalam Anindyajati, 2013) mempunyai pengertian yang luas, diantaranya ada kematangan mental, sosial dan emosional fisik. Remaja

dimulai saat anak mencapai kematangan seksual kemudian berakhir ketika anak secara hukum telah mencapai usia matang.

Masa remaja mulai sekitar usia 12 – 21 tahun, masa ini disebut masa transisi yaitu peralihan dari anak-anak menuju dewasa (King, 2012). Masa remaja dibagi menjadi 3 yaitu remaja awal (*early adolescent*) dengan usia 12-15 tahun, masa remaja tengah (*middle adolescent*) dengan usia 15-18 tahun dan remaja akhir (*late adolescent*) dengan usia 18-21 tahun (Monks, 2008). Mahasiswa tergolong sebagai remaja, mahasiswa adalah sebutan bagi seseorang yang sedang menempuh pendidikan di sebuah perguruan tinggi salah satunya Universitas.

Menurut William (Yusuf, 2008) mahasiswa termasuk bagian dari remaja akhir yang dalam perkembangannya berusaha untuk memperkuat pengendalian dirinya yang berdasar pada nilai-nilai, prinsip atau falsafah hidup. Menurut Hurlock (Anggreini & Mariyanti, 2014) seorang mahasiswa bisa disebut mempunyai pengendalian diri yang baik ketika individu tersebut tidak mengeluarkan emosinya dikeramaian melainkan dapat menunggu saat sampai pada situasi yang tepat untuk mengeluarkannya dan mengeluarkannya dengan cara yang dapat diterima.

Saat ini masyarakat telah banyak mengalami perubahan seiring perkembangan dan kemajuan jaman pada era modern. Perubahan yang terjadi seperti perkembangan teknologi, gaya hidup, ekonomi, bahkan aturan aturan yang ada dalam masyarakat dengan berubahnya sistem adat istiadat. Pada masyarakat makmur, kebutuhan konsumsi sudah melampaui

tahap bertahan hidup dan bergerak, terutama pada tingkat aktualisasi diri dan kebutuhan sosial (Imam dalam Soejadmiko, 2008: 7).

Perubahan ini juga dialami remaja yang berperan sebagai mahasiswa. Kehidupan mahasiswa sebagai remaja telah banyak mengalami perubahan dalam perkembangan teknologi beserta informasi di kawasan kampus. Globalisasi yang semakin kuat memberi dampak terjadinya perubahan yang dapat mempengaruhi perilaku individu. Remaja merupakan generasi yang paling mudah terpengaruh pada efek globalisasi (Kunto, 1999:72). Akibat dari efek globalisasi tersebut, menurut Baker, dkk (2016) dalam Jurnal *Translational Issues in Psychological Science* menjelaskan bahwa mahasiswa dari universitas-universitas besar dari beragam etnik menunjukkan bahwa mahasiswa mengalami fenomena FOMO.

Murayama, DeHaan, dan Gladwell (2013) juga mengemukakan tentang FOMO sebagai adanya rasa perasaan cemas, gelisah, dan takut akan kehilangan momen berharga yang dimiliki teman atau kelompok teman sebaya, sementara ia tidak dapat terlibat di dalamnya. FOMO merupakan salah satu bentuk dari kecemasan yang ditandai dengan adanya keinginan untuk selalu mengetahui apa yang orang lain lakukan terutama melalui media sosial dengan tiga indikator FOMO yaitu ketakutan, kekhawatiran, dan kecemasan. Keinginan untuk selalu mengakses media social membuat remaja sering mengalami rasa tidak percaya diri, karena banyaknya pengaruh dari dunia luar dalam media social banyak menampilkan trend yang sedang *on* salah satunya dalam hal penampilan.

Keinginan untuk meningkatkan rasa percaya diri dan ingin diterima membuat remaja melakukan pembelian secara berlebihan, sehingga dapat menyebabkan terjadinya gejala perilaku membeli yang tidak wajar pada remaja. Hal itu mereka lakukan agar terlihat menarik dengan menggunakan busana dan aksesoris, seperti sepatu, tas, jam tangan, dan sebagainya yang dapat menunjang penampilan mereka. Banyaknya trend yang masuk ke Indonesia membuat para remaja tidak segan-segan untuk membeli barang yang menarik dan mengikuti trend yang sedang berlaku, karena jika tidak mereka akan dianggap kuno dan tidak gaul. Akibatnya, para remaja tidak memperhatikan kebutuhannya ketika membeli barang. Mereka cenderung membeli barang yang mereka inginkan bukan yang mereka butuhkan secara berlebihan dan tidak wajar. Sikap dan perilaku tidak wajar inilah yang disebut dengan perilaku konsumtif (Lina & Rosyid, 1997).

Remaja lebih peka dan peduli dengan sesuatu yang sedang *trend*, sedang aktif dan ramai dalam dunianya, sehingga memberikan kesan apabila kecenderungan berperilaku konsumtif tingkat tinggi dilakukan oleh remaja (Hasan, 1987). Seorang remaja akan cenderung menirukan hal-hal baru. Remaja tidak akan ragu untuk menghabiskan banyak uang demi menonjolkan penampilannya, apalagi kini model pakaian tiap tahun selalu berganti (Chrisnawati & Abdullah, 2011). Kelompok remaja menyukai hal-hal baru yang mana berorientasi mempunyai perilaku konsumtif (Loudon & Bitta, 1984).

Konsumen remaja memiliki kemampuan membeli yang tinggi, karena pada umumnya remaja memiliki karakteristik tersendiri dalam berpakaian, merias diri, gaya potongan rambut, tingkah laku, kesenangan musik, kebanyakan dari mereka membelanjakan uangnya untuk keperluan tersebut (Monks, Knoers. dan Haditono. 1995). Guna mengikuti kecenderungan konsumtif, remaja membutuhkan uang yang jumlahnya tidak sedikit, sehingga perilaku konsumtif lebih terlihat pada remaja dengan uang saku yang cukup banyak (Lina & Rosyid, 1997).

Banyaknya *trend* baru dikalangan remaja pada era digital sekarang ini, salah satunya adalah *outfit of the day* atau biasa disingkat OOTD yang dalam bahasa Indonesia artinya mengenakan dan menunjukkan model pakaian hingga aksesoris yang digunakan sehari-hari ataupun pada hari tertentu. Individu selalu ingin mengevaluasi dirinya, termasuk evaluasi dalam hal *outfit* yang dikenakan. Dalam melakukan evaluasi biasanya individu menggunakan suatu objek tertentu untuk digunakan sebagai bahan perbandingan (Putra, 2018). Biasanya remaja memposting foto OOTD di media sosial miliknya. Tentu saja para remaja tidak ingin memposting *style* pakaian yang sama pada akun media sosialnya. Hal tersebut memperlihatkan tingginya perilaku konsumtif yang dimiliki remaja terhadap pakaian atau produk *fashion*.

Santosa, dalam Diba (2014) menyatakan kematangan emosi individu belum stabil pada masa remaja mendorong munculnya berbagai gejala dalam perilaku membeli yang tidak wajar. Remaja menjadi

konsumen yang potensial bagi produsen karena cenderung mudah terpengaruh oleh promosi penjual, mudah terbujuk oleh iklan terutama pada penampilan produk sehingga kurang berpikir hemat dan kurang realistis serta impulsif (Johnstone; Santosa 1998, dalam Utami & Sumaryono, 2008). Sifat remaja yang cenderung belum stabil mengakibatkan konsumen remaja mudah terpengaruh oleh rayuan penjual maupun terpengaruh pada penampilan produk, kurang bisa berpikir hemat.

Wanita cenderung lebih sering berbelanja dibanding dengan pria. Chris Fang selaku CEO Shopee berpendapat mengenai alasan mengapa wanita lebih suka berbelanja dibanding pria dikarenakan banyaknya kebutuhan wanita dan karena wanita mempunyai keinginan besar untuk menunjang penampilannya (Anggraeni, 2017). Kebanyakan wanita jika mempunyai keinginan harus segera dipenuhi dan wanita cenderung membeli tanpa adanya pertimbangan yang matang (Kaur, 2015). Remaja perempuan sudah terbiasa melakukan pembelian seperti membantu keluarganya berbelanja untuk memenuhi kebutuhan keluarganya maupun dirinya sendiri (Pisani, 2017). Hal tersebut yang membuat perempuan memiliki kesempatan berperilaku konsumtif lebih besar daripada lelaki.

Mahasiswa di Fakultas Psikologi Kesehatan (FPK) adalah remaja yang rata-rata berusia 18-23 tahun. Tidak jauh berbeda dengan remaja pada umumnya, beberapa dari mahasiswa FPK peka terhadap perkembangan mode fashion yang sedang *trendy*. Jika dibandingkan dengan fakultas lain

di UIN Walisongo, mahasiswa FPK dikenal mempunyai *style* pakaian yang kekinian.

Peneliti telah melakukan wawancara pada empat mahasiswi di Fakultas Psikologi dan Kesehatan (FPK), hasil wawancara menunjukkan bahwa ke empat mahasiswi tersebut sering membeli barang terutama produk *fashion* yang tidak direncanakan sebelumnya, ke-empat subjek sering membeli produk yang menarik perhatiannya, jika terkesan barang tersebut lucu dan bagus muncul keinginan untuk membelinya. Setelahnya sering muncul rasa penyesalan akibat membeli barang tersebut. Frekuensi pembelian setiap subjek berbeda-beda, namun semua subjek dalam satu bulan pernah membeli produk *fashion* lebih dari lima kali. Bahkan ada satu subjek yang dalam satu kali pembelian menghabiskan uang hingga dua juta rupiah.

Setelah melakukan pembelian yang tidak direncanakan tersebut, ada tiga subjek yang sering muncul pikiran berupa penyesalan dan terkadang mengganggu proses belajarnya karena *overthinking* mengenai pembelian produk tersebut. Selain mengganggu proses belajar, perilaku konsumtif juga menyebabkan ketidakseimbangan ekonomi subjek. Subjek mengatakan setelah mengeluarkan uang untuk membeli produk yang tidak direncanakan sebelumnya, bagian uang untuk keperluan makan otomatis dikurangi, bahkan ada subjek yang rela makan satu hari sekali demi menyeimbangkan ekonominya kembali.

Dalam memenuhi kebutuhan *fashion* remaja kini sudah banyak berdiri pusat-pusat perbelanjaan yang pastinya akan mempermudah seseorang untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Badan Pusat Statistik memperoleh data pada tahun 2018, Indonesia memiliki *mall* berjumlah 780 (databoks.katadata.co.id//2018). Bahkan sekarang ini untuk mendapatkan barang yang diinginkan bisa melalui belanja daring atau biasa disebut *online shopping*. Fenomena belanja daring (dalam jaringan) sudah berkembang sejak beberapa tahun lalu dan jumlah peminatnya semakin pesat (Arisandy & Hurriyati, 2017). Dalam proses jual beli belanja daring pembeli tidak perlu untuk datang ke toko, cukup hanya memesan melalui media sosial (facebook, whatsapp, instagram, dll) dan *e-commerce* seperti shopee, lazada, tokopedia, bukalapak, dll. Kemudian pembayarannya melalui metode *transfer* dan barang akan dikirim ke rumah.

Manfaat yang bisa dirasakan melalui belanja daring ini yaitu manfaat fisiologis, psikologis dan sosiologis (Shwu ing, 2003). Dengan disajikan beberapa kemudahan untuk mendapatkan barang yang diinginkan guna menonjolkan penampilan seseorang seringkali individu melakukan hal yang tidak logis dalam belanja yaitu melakukan transaksi pembelian tanpa adanya beberapa pertimbangan dan perencanaan (Erlynawati, 2016). Adanya pengaruh teman sebaya, lingkungan dan gaya hidup kini banyak individu yang membeli barang berdasarkan kebutuhan namun membeli berdasarkan keinginan (Mahdalela, 1998 dalam Erlynawati, 2016). Prof. Masrukhi memberikan pernyataan bahwa 90% dari mahasiswa adalah

mahasiswa hedonis sedangkan 10% nya adalah mahasiswa idealis. Dari pernyataan tersebut menunjukkan bahwa 90% mahasiswa adalah mahasiswa rekreatif yang mempunyai orientasi terhadap gaya hidup yang *glamour* dan kesenangan dan saat ini kebanyakan mahasiswa lebih berorientasi terhadap gaya hidup (Kompas 2011).

Kotler dan Amstrong (1994) berpendapat bahwa gaya hidup masuk dalam faktor yang bisa mempengaruhi perilaku konsumtif. Menurut (Thamrin & Saleh, 2021) gaya hidup hedonis termasuk dalam faktor yang dapat meningkatkan tindakan individu untuk melakukan pembelian *online*. Seseorang dengan gaya hidup hedonis cenderung akan mencari produk yang bagus atau sedang *trend* guna memenuhi kebutuhan gaya hidupnya. Ketertarikan seseorang yang memiliki gaya hidup hedonis bisa dilihat dari mereka yang mengambil keputusan pembelian setelah melihat foto suatu barang di beranda media sosialnya ditambah dengan adanya penawaran harga yang sesuai padahal produk tersebut tidak terlalu dibutuhkannya.

Menurut Suwindo (2001), karakter semua individu yang memiliki gaya hidup hedonis adalah cenderung impulsif, lebih irasional, cenderung follower dan mudah dibujuk. Lebih lanjut menurut Susianto (1993) menambahkan bahwa gaya hidup yang mengikuti gaya hidup hedonis mempunyai karakteristik cenderung impulsif, senang menjadi pusat perhatian, cenderung ikut-ikutan dan peka terhadap inovasi baru. Dengan demikian, munculnya perilaku konsumtif seseorang dipengaruhi oleh

adanya gaya hidup hedonis yang dimiliki (Rengganis, Ega; Abdurrohimi, 2018).

Beberapa penelitian telah membuktikan bahwa ada keterkaitan antara gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif diantaranya penelitian yang telah dilakukan oleh ('Aisyiah dan Yuliana, 2018) diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif mahasiswi. Berkaitan dengan penelitian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat gaya hidup hedonis yang semakin tinggi maka perilaku konsumtifnya akan semakin tinggi juga. Sebaliknya, apabila tingkat gaya hidup hedonis semakin rendah maka perilaku konsumtifnya juga semakin rendah.

Penelitian lain pun membuktikan hal serupa bahwa antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja terdapat hubungan yang positif. Dapat disimpulkan bahwa tingginya tingkat gaya hidup hedonis individu maka perilaku konsumtif individu juga semakin tinggi. Sebaliknya, rendahnya tingkat gaya hidup hedonis individu maka perilaku konsumtif individu juga semakin rendah (Anggraini dan Santhoso, 2017).

Menurut pendapat (Triyaningsih, 2011) dikarenakan berkeinginan gaya hidupnya mengikuti *trend* kebanyakan orang melakukan perilaku konsumtif. Definisi dari gaya hidup yaitu sebuah pola kehidupan individu untuk menjalani hidup yang diwujudkan dalam sebuah kegiatan, minat dan pendapat (opini) individu yang bersangkutan (Kotler dan Armstrong, 2000). Pola kehidupan yang selalu ingin mengikuti *trend* akan membentuk pola

hidup baru salah satunya yaitu gaya hidup hedonis. Adapun gaya hidup hedonis yaitu pola hidup yang dalam aktivitasnya bertujuan melakukan kesenangan dalam hidup, misalnya dengan lebih banyak bermain, senang menghabiskan waktu di dunia luar dan guna memenuhi hasrat kesenangan saja dengan membeli barang-barang mahal (Suprana, 2003).

Eramadina (2013) mengemukakan bahwa remaja cenderung diserang oleh gaya hidup hedonis karena dalam perkembangannya seorang remaja tengah dalam situasi pencarian jati diri. Selain itu, remaja putri yang lebih bersifat konsumtif terhadap pakaian dengan merek terkenal. Pakaian dengan merek terkenal dianggap jauh lebih berkualitas dan lebih mampu meningkatkan rasa percaya diri, terutama saat mereka mengenakannya (Rosyid, Lina dan Rosyid, 1997).

Gaya hidup hedonis disini mempunyai tujuan akhir sebuah kesenangan, gaya hidup hedonis mempunyai sifat dan karakteristik munculnya sebuah perilaku atau budaya dalam kehidupan yang hanya berkeinginan memperoleh kesenangan dan pemuasan. Aspek-aspek gaya hidup hedonis menurut Well dan Tigert dalam (Nur Ambadra, 2018) adalah minat, aktivitas dan opini.

Dalam lingkungan individu ataupun kelompok segala sesuatu yang menarik bagi mereka disebut minat, biasanya minat muncul dari sebuah kesenangan baik itu dari suatu kejadian, objek ataupun topik seperti *fashion*,

barang-barang mewah atau mahal, lokasi nyaman untuk berkumpul, makanan, minuman dan merasa ingin menjadi pusat perhatian. Kemudian aktivitas yaitu suatu bentuk tindakan nyata yang dilakukan individu maupun kelompok untuk menggunakan waktunya, misalnya nonton bioskop, berbelanja, menonton konser. Opini yaitu pendapat dari individu maupun kelompok yang disampaikan guna merespon situasi saat muncul pernyataan mengenai suatu isu atau apapun yang berkaitan dengan hidup.

Menurut Bandura dalam Pervin et al (2010) upaya menangani perilaku konsumtif tersebut diperlukan adanya regulasi diri, dalam perkembangan remaja adanya regulasi diri adalah faktor penting. Dengan regulasi diri akan memunculkan motivasi diri dalam individu untuk berpikir, merencanakan strategi, menetapkan tujuan, mengevaluasi hingga memanipulasi lingkungan yang mengakibatkan muncul perubahan lingkungan karena kegiatan tersebut. Pengertian dari regulasi diri yaitu kemampuan individu dalam mengontrol perilaku (Bandura dalam Ormrod, 2011: 132). Selaras dengan yang dikemukakan oleh (Vohs & Baumeister, 2004: 2) bahwa regulasi diri adalah suatu proses penting dalam sebuah kepribadian untuk mengendalikan pikirannya, perasaannya, adanya dorongan dan hasrat yang muncul dalam diri individu.

Friedman & Schustack (2011) juga menyatakan bahwa regulasi diri adalah proses yang dimiliki individu guna dapat mengatur aksi dan pencapaian individu tersebut dengan cara merencanakan dan menentukan

target untuk dirinya sendiri, mengevaluasi perilakunya sendiri ketika telah mencapai tujuannya dan memberikan *reward* atau penghargaan untuk dirinya sendiri atas apa yang telah diraihinya. Menurut Zimmerman (dalam Hapidoh dkk, 2019) aspek perilaku dalam regulasi diri bertindak sebagai upaya dari individu untuk mengatur diri sendiri, memilih, memanfaatkan, dan menciptakan lingkungan yang mendukung kegiatan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa regulasi diri yaitu kemampuan individu guna mencapai tujuannya sendiri yang didalamnya terdapat proses mengatur, mengarahkan, merencanakan, dan memonitor perilakunya sendiri.

Mahasiswa yang mempunyai tingkat regulasi diri yang tinggi dapat mencapai tujuan yang ingin dicapai karena mampu meregulasi dirinya serta perilaku yang ditimbulkan akan lebih positif. Begitupun ketika mahasiswa sedang berbelanja jika mahasiswa tersebut mempunyai tingkat regulasi diri yang tinggi akan memunculkan sikap pengambilan keputusan yang positif sehingga dapat meminimalisir perilaku berbelanja yang berlebihan (Putri, 2017). Beberapa penelitian juga telah membuktikan bahwa ada keterkaitan antara regulasi diri dengan perilaku konsumtif, salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Intan Waskita Putri pada tahun 2017 yang membuktikan bahwa antara regulasi diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa ada hubungan negatif yang sangat signifikan. Dari penelitian tersebut memperoleh kesimpulan bahwa semakin tinggi regulasi diri dalam diri mahasiswa maka semakin rendah perilaku konsumtif yang dilakukan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, perilaku konsumtif yang dialami oleh mahasiswa merupakan masalah serius dan perlu segera diselesaikan supaya tidak merugikan dan mengganggu proses belajar dan perekonomian mahasiswa itu sendiri. Maka dari itu perlu dilakukannya penelitian untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh regulasi diri dan gaya hidup hedonis pada mahasiswa terhadap perilaku konsumtif, dari hal tersebut peneliti mengangkat judul “Pengaruh Regulasi Diri dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Produk Fashion Mahasiswi Di FPK UIN Walisongo.”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka peneliti merumuskan penelitian masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh regulasi diri terhadap perilaku konsumtif produk fashion pada mahasiswi ?
2. Apakah ada pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif produk fashion pada mahasiswi ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh regulasi diri terhadap perilaku konsumtif produk fashion pada mahasiswi.

2. Untuk menguji secara empiris pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif produk fashion pada mahasiswi.

D. Manfaat Penelitian

Terdapat beberapa manfaat dalam penelitian ini, antara lain :

1. Manfaat Teoritis

- a. Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dalam menambah literasi teoritis dan mengembangkan pengetahuan dalam bidang ilmu psikologi untuk mengetahui adanya pengaruh regulasi diri dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif produk *fashion* pada mahasiswi.
- b. Dapat memberikan informasi baru guna melengkapi data penelitian lain yang membahas mengenai regulasi diri, gaya hidup hedonis maupun perilaku konsumtif.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Mahasiswa

Diharapkan setelah adanya penelitian ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa untuk meningkatkan regulasi dirinya dan menurunkan gaya hidup hedonis agar terhindar dari perilaku konsumtif. Karena dengan mempunyai regulasi diri yang tinggi dan gaya hidup hedonis yang rendah maka mahasiswa dapat terhindar dari perilaku konsumtif.

- b. Bagi Orang tua dan Dosen

Adanya penelitian ini juga diharapkan agar para orang tua dan dosen ikut berperan dalam meningkatkan regulasi diri dan menurunkan gaya hidup hedonis para mahasiswanya agar terhindar dari perilaku konsumtif.

E. Keaslian Penelitian

Sebelumnya sudah banyak penelitian mengenai yang dilakukan mengenai perilaku konsumtif. Berikut saya paparkan mengenai penelitian-penelitian yang membahas tentang regulasi diri dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif. Penelitian yang dilakukan oleh Delyana Rahmawany Pulungan dan Hastina Febriaty (2018) mengenai *Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. Dalam penelitian tersebut menggunakan subjek mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) berjumlah 50 mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil dari penelitian tersebut yaitu gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, yang artinya semakin tinggi gaya hedonis mahasiswa maka perilaku konsumtif yang ada pada diri mereka juga semakin meningkat dan sebaliknya apabila gaya hedonis mahasiswa menurun maka tingkat perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis jurusan manajemen universitas muhammadiyah Sumatera Utara juga menurun. Berbeda dengan penelitian tersebut, variabel yang diajukan peneliti bukan hanya gaya hidup namun lebih spesifik yaitu gaya hidup

hedonis. Kemudian variabel kedua dari peneliti adalah regulasi diri, pada penelitian ini menggunakan variabel literasi keuangan.

Kemudian ada penelitian dari Ranti Tri Anggraini dan Fauzan Heru Santhoso (2017) mengenai *Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja*. Penelitian tersebut menggunakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis data teknik korelasi *product moment*. Penelitian tersebut menggunakan subjek berjumlah 141 mahasiswa berusia 18-21 tahun dari Fakultas “X” Universitas “Y”. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja. Berbeda dengan penelitian tersebut, disini peneliti menggunakan 3 variabel yaitu regulasi diri, gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif.

Sejalan dengan dua penelitian diatas, penelitian yang dilakukan oleh Nesa Lydia Patricia dan Sri Handayani (2014) berjudul *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan “X”*. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif korelasional dengan menggunakan subjek 39 orang yang bekerja sebagai pramugari maskapai penerbangan “X”. hasil dari penelitian tersebut yaitu pada Pramugari Maskapai Penerbangan “X” terdapat pengaruh positif signifikan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif yang artinya semakin tinggi gaya hidup hedonis pada pramugari maskapai penerbangan “X” maka perilaku konsumtifnya semakin tinggi. Berbeda dengan penelitian tersebut,

dalam penelitian ini peneliti menggunakan subjek mahasiswa bukan pramugari. Peneliti juga menambahkan satu variabel yaitu regulasi diri.

Selanjutnya ada penelitian dari Intan Waskita Putri (2017) mengenai *Hubungan Self-Regulation Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa*. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Sebanyak 350 mahasiswa yang tengah menempuh pendidikan S1 Universitas Muhammadiyah Malang menjadi subjek dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang sangat signifikan antara regulasi diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas tersebut yang artinya semakin tinggi regulasi diri pada mahasiswa maka semakin rendah perilaku konsumtif yang dimiliki mahasiswa tersebut. Berbeda dengan penelitian tersebut, walaupun sama-sama menggunakan subjek mahasiswa, disini peneliti menambahkan satu variabel lain yaitu gaya hidup hedonis.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Ririn Anggreini dan Sulis Mariyanti (2014) mengenai *Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul*. Penelitian tersebut bersifat kuantitatif non-eksperimental dengan sampel penelitian berjumlah 90 mahasiswa Esa Unggul. Hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi Universitas Esa Unggul. Lebih banyak mahasiswi yang berperilaku konsumtif tinggi dibanding dengan mahasiswa yang berperilaku konsumtif rendah. Berbeda dari penelitian tersebut, peneliti

disini bukan menggunakan variabel kontrol diri melainkan regulasi diri dan gaya hidup hedonis. Peneliti disini menggunakan subjek mahasiswa di Kota Semarang.

Pada penelitian pertama sampai ketiga, ketiganya mempunyai persamaan yaitu sama-sama meneliti variabel gaya hidup yaitu gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif, namun tidak disertai dengan variabel regulasi diri. Kemudian penelitian ke empat dan lima mengenai regulasi diri dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif, namun tidak disertai dengan variabel gaya hidup hedonis. Disini peneliti menggunakan tiga variabel yaitu regulasi diri, gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif. Penelitian ini menggunakan subjek mahasiswa di Kota Semarang. Melihat betapa pentingnya masalah tersebut lalu untuk menyelesaikannya maka disini peneliti mengambil judul Pengaruh Regulasi Diri dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Produk Fashion Mahasiswi.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konseptualisasi Variabel Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Reaksi dari seseorang yang dimunculkan dalam bentuk gerakan (sikap) bukan hanya badan ataupun ucapan disebut perilaku. Kata konsumtif sering didefinisikan serupa dengan konsumerisme yang pada kenyataannya konsumerisme merupakan sesuatu yang erat hubungannya dengan seorang konsumen. Perilaku konsumtif merupakan tindakan pembelian dan menggunakan barang yang cenderung mengonsumsi tanpa batasan dan tidak berdasar pada pertimbangan yang rasional serta lebih mendahulukan faktor keinginan dibandingkan kebutuhan (Triyaningsih, 2011). Menurut pendapat (Fryzia, 2014) perilaku konsumtif merupakan suatu kecenderungan mengonsumsi barang secara berlebihan yang tidak ada berbagai pertimbangan yang matang yang mana individu hanya melihat dari sisi kesenangan saja serta mementingkan prioritas dibandingkan kebutuhan. Perilaku konsumtif merupakan sebuah perilaku yang seringkali tidak berdasar pada pertimbangan yang rasional namun hanya keinginan yang tidak rasional (Lubis, 1987 dalam Lina & Rosyid, 1997).

Hampir sama dengan pendapat Lina dan Rosyid yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif menempel pada diri individu yang membeli suatu barang diluar kebutuhannya yang tidak rasional. Engel, Blackwell, &

Miniard (2002) berpendapat bahwa perilaku konsumtif dapat dimaknai sebagai perilaku individu yang dalam proses pengambilan keputusannya mendahului dan menentukan tindakan-tindakan untuk terlibat langsung dalam usaha untuk mendapatkan dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis. Menurut Fromm (2018) perilaku konsumtif bermakna perilaku pembelian secara berlebihan sebagai usaha individu yang bertujuan untuk mendapatkan kesenangan dan kebahagiaan sementara. Fromm (2008) juga menjelaskan seorang individu disebut berperilaku konsumtif apabila individu tersebut memiliki barang atas dasar pertimbangan status. Individu yang berperilaku konsumtif akan membeli barang bukan yang dibutuhkan melainkan yang diinginkan, untuk menunjukkan status dirinya membeli barang secara berlebihan dan tidak wajar. Hamilton dkk. (2005) berpendapat bahwa perilaku konsumtif disebut dengan istilah *wasteful consumption* yaitu perilaku konsumen ketika membeli barang dan jasa dengan tidak masuk akal jumlahnya melebihi dari kebutuhan dan tidak berguna. Menurut Ancok (dalam Pratiknyo, 2008) perilaku konsumtif yaitu kecenderungan individu untuk mengonsumsi tidak terbatas, seringkali individu lebih mengutamakan faktor emosi dibanding dengan faktor rasionalnya atau lebih mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan.

Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumtif merupakan aktivitas seseorang atau konsumen untuk memperoleh, mengonsumsi dan memutuskan untuk membeli barang lebih mengutamakan kesenangan dan keinginan melainkan bukan karena

kebutuhan ataupun prioritas utamanya. Seseorang dengan perilaku konsumtif cenderung hanya ingin mengikuti *trend*, penasaran dengan produk baru lalu membelinya bahkan hanya untuk pengakuan sosial dan seringkali didominasi faktor emosi dibandingkan faktor rasionalnya.

2. Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif

Menurut Swasta dan Handoko (1997) (dalam Lestarina dkk, 2017) seseorang dalam berperilaku pasti ada faktor-faktor yang mempengaruhi, begitupun dengan perilaku konsumtif pada remaja dipengaruhi oleh 3 faktor diantaranya faktor psikologis, faktor internal dan faktor eksternal.

- a. Faktor psikologis yang sekaligus menjadi faktor internal adalah faktor dari dalam diri individu dan mempunyai peluang untuk mempengaruhi pembentukan perilaku, motivasi, sikap, dan keterlibatan konsep diri dan minat, bakat, sumber daya konsumen, kepribadian, persepsi, hasil belajar dan pengetahuan
- b. Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar diri individu mempengaruhi pembentukan perilaku dan sikap yang terdiri dari kelas sosial, budaya, situasi, keluarga dan pengaruh pribadi.

Perilaku konsumtif menurut Mangkunegara (2005:39) (dalam Lestarina dkk, 2017) dapat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu internal dan eksternal.

- a. Faktor internal

Faktor yang sangat berperan dalam diri individu untuk berperilaku konsumtif adalah faktor internal (Mangkunegara, 2005:45). yang termasuk faktor internal diantaranya: (1) motivasi (2) pengamatan dan proses belajar (3) kepribadian dan konsep diri (4) kepercayaan (Kotler, 1994:195).

b. Faktor eksternal

Faktor eksternal perilaku konsumtif yaitu tempat individu tersebut dilahirkan dan dibesarkan. Adapun variabel yang mempengaruhi perilaku konsumtif dan termasuk dalam faktor eksternal yaitu kebudayaan, kelompok anutan, kelas sosial, dan keluarga. (Mangkunegara, 2005:44).

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif diantaranya:

1) Faktor internal, antara lain :

a. Motivasi.

Motivasi yaitu sebuah konsep yang dipergunakan untuk memperjelas kekuatan dari sebuah organisme guna mengarahkan dan memunculkan tingkah laku dari individu. Sederhananya motivasi merupakan proses-proses yang mengakibatkan individu bertingkah laku seperti apa yang individu tersebut lakukan Solomon (1996). Aktifnya kebutuhan yang memunculkan dorongan pada individu untuk terus berusaha memberikan tekanan atau mengurangi tekanan yang dipacu oleh proses-proses tersebut.

b. Proses Belajar dan Pengalaman.

Konsumen biasanya mengamati dan mempelajari stimulus berupa informasi-informasi yang didupatkannya. Sebelum membuat keputusan pembelian konsumen membuat referensi yang didapatkan dari hasil pengamatannya dan proses belajarnya. Howard dan Seth (dalam Santoso,1998) berpendapat bahwa dalam proses pembelian didalamnya ada proses pengamatan belajar.

c. Kepribadian dan Konsep Diri.

(Assael dalam Santoso, 1998) menerangkan bahwa kepribadian adalah pola perilaku konstan yang menetap pada individu.

d. Keadaan ekonomi.

(Kottler, 1993) berpendapat bahwa keadaan ekonomi sangat mempengaruhi pilihan individu terhadap suatu barang atau produk. Individu dengan ekonomi rendah akan cenderung menggunakan uangnya secara cermat dibandingkan dengan individu berekonomi tinggi (Swastha & Handoko, 1987).

e. Gaya hidup.

Gaya hidup yaitu pilihan individu mengenai bagaimana individu tersebut menghabiskan waktu dan uangnya yang direfleksikan dalam pola konsumsi. (Ancok, 1995) menerangkan bahwa remaja saat ini menganut gaya hidup senang berbelanja dan hal tersebut menjadi pemicu munculnya perilaku konsumtif.

f. Sikap.

Sikap mempunyai tiga komponen yaitu kognitif, afektif dan konatif yang didapatkan individu melalui proses belajar. Menurut (Katz dalam Solomon, 1996) sikap adalah pengaruh untuk perilaku-perilaku sosial.

2) Faktor eksternal perilaku konsumtif, terdiri atas:

a. Faktor Kebudayaan.

Menurut (Hartley dan Hartley dalam Santoso, 1998) kebudayaan yaitu pola-pola perilaku yang individu sadari, akui dan miliki bersama dan terjadi dalam kelompok besar ataupun kelompok kecil.

b. Faktor Kelas Sosial.

(Kottler, 1993) menerangkan bahwa kelas sosial yaitu kelompok yang satu sama lain hampir mirip dan mampu bertahan dengan waktu yang lama didalam masyarakat yang dalam keanggotaannya memiliki sistem nilai, minat, perilaku yang sama dan hal tersebut tersusun dalam suatu hierarki.

c. Faktor Keluarga.

Unit paling kecil dalam sosial yang memberi contoh fundamental utama terhadap perkembangan remaja adalah keluarga (Kartono, 2006). Dalam pembentukan individu, keluarga memainkan peran terbesar.

d. Kelompok acuan.

Sekelompok manusia yang dapat memberikan pengaruh sikap, pendapat, norma, dan perilaku konsumen disebut kelompok acuan. Menurut pendapat Louddon dan Bitta (dalam Chrisnawati, 2011) kelompok sosial dijadikan ukuran individu guna membentuk kepribadian dan perilaku individu disebut kelompok acuan.

Berdasarkan faktor-faktor yang telah diuraikan memperoleh kesimpulan yang menjadi faktor perilaku konsumtif yaitu ada faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi motivasi, pengamatan dan proses belajar, kepribadian dan konsep diri, kepercayaan, keadaan ekonomi, sikap dan gaya hidup. Adapun faktor eksternal meliputi kebudayaan, kelompok anutan, kelas sosial dan keluarga.

3. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Aspek-aspek perilaku konsumtif menurut (Lina & Rosyid, 1997) ada 3 yaitu :

a. Pembelian Impulsif (*Impulsive buying*)

Pembelian impulsif terjadi ketika seorang remaja membeli sesuatu yang didasari karena keinginan sesaat atau hasrat ingin membeli secara tiba-tiba dan hal tersebut dilakukan tanpa memikirkan dan mempertimbangkan apa yang akan terjadi selanjutnya, biasanya tindakan pembelian ini bersifat emosional.

b. Pemborosan (*Wasteful buying*)

Tindakan menghambur-hamburkan banyak uang secara tidak sadar dan tanpa adanya kebutuhan yang jelas. Perilaku konsumtif cenderung berarti pemborosan dan mempunyai dampak negatif bagi remaja.

c. Pembelian tidak rasional (*Non rational buying*)

Melakukan pembelian dengan tujuan mencari kesenangan saja. Dalam hal ini cenderung mencari kesenangan fisik karena remaja merasa senang dan merasa dirinya lebih menarik ketika memakai barang-barang yang sedang *trend*.

Sedangkan (Sumartono, 2002) mengemukakan bahwa aspek perilaku konsumtif yang menjadi indikator perilaku konsumtif, antara lain :

- a. Pembelian secara impulsif yaitu membeli dengan dasar keinginan tanpa pertimbangan dan perencanaan terlebih dahulu serta membuat keputusan ditempat pembelian.
- b. Pembelian tidak rasional adalah pembelian berdasarkan dorongan untuk mengikuti orang lain atau ingin tampil berbeda dari orang lain dengan perasaan bangga.
- c. Pemborosan yaitu membeli dengan mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan, hal tersebut menyebabkan individu mengeluarkan uang guna berbagai keperluan yang bukan kebutuhan pokok.

Perilaku konsumtif menurut Fromm (2008) dibagi menjadi 4 aspek, diantaranya ;

- a. Pemenuhan keinginan

Melakukan tindakan pembelian yang berlebihan dan terus-menerus hanya untuk memuaskan keinginan. Membeli secara terus-menerus untuk mendapatkan sesuatu yang lain misalnya hadiah, *discount* dan kepercayaan diri sehingga memperoleh kepuasan yang lebih besar.

b. Barang di luar jangkauan

Melakukan tindakan pembelian tidak disertai pertimbangan yang rasional, namun untuk memenuhi keinginan. Biasanya untuk menjaga eksistensi dirinya individu melakukan pembelian barang-barang diluar jangkauan.

c. Barang tidak produktif

Melakukan tindakan pembelian berdasarkan motif emosional dan situasi ketika pembelian, bukan didasari dengan tujuan yang rasional.

d. Status Pembelian dilakukan atas dasar keinginan memperoleh status tertentu.

Menurut Fromm (2008) mengenai barang yang dikonsumsi masyarakat mempunyai pandangan bahwa '*new is beautiful*'. Guna menjaga eksistensinya, individu perlu mengikuti perkembangan *trend* yang terus berubah dari waktu ke waktu. Individu menganggap bahwa barang yang baru lebih menarik dan lebih baik dibandingkan barang yang lama. Status yang dimiliki individu dalam masyarakat dipresentasikan oleh barang-barang yang dimiliki individu tersebut.

Berdasarkan aspek-aspek yang telah dikemukakan oleh beberapa tokoh diatas maka dapat disimpulkan aspek dari perilaku konsumtif antara

lain pembelian barang yang tidak sesuai kebutuhan pokok, pembelian tanpa perencanaan, pembelian karena ingin terlihat bangga dan pembelian karena keinginan semata, pembelian impulsif (*impulsive buying*), pemborosan, pembelian untuk mencari kesenangan, pembelian barang yang tidak produktif dan pembelian barang diluar jangkauan.

4. Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Islam

Islam melarang untuk melampaui batas dalam pemenuhan keinginan dalam mengonsumsi. Pada hierarkinya, ada 3 kebutuhan manusia diantaranya; keperluan, kemewahan dan kesenangan. Guna memenuhi kebutuhan manusia, agama Islam memberikan saran pada manusia untuk bertindak ditengah (*modernity*) dan sederhana (*simplicity*) (Ridwan dan Wahyudi, 2019). Umat Islam dalam mengonsumsi tidak dianjurkan secara berlebihan karena hal tersebut adalah dorongan nafsu setan. Dijelaskan dalam Q.S. Al A'raf ayat 31 mengenai pelarangan untuk mengonsumsi sesuatu secara berlebihan :

يٰۤاٰدَمُ خُذْ وَاٰزِيۡنَكَم مِّنۡ عِنۡدِ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوۡا وَاشْرَبُوۡا وَلَا

تُسْرِفُوۡا ۗ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيۡنَ

Artinya : “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) masjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.” (QS. Al A'raf:31)

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa dalam memenuhi kebutuhan hidup dianjurkan untuk tidak berlebihan melainkan dipenuhi secara wajar

dengan cara mengonsumsi segala sesuatu yang halal serta tidak berlebihan dalam hal ini bisa diartikan mengonsumsi sesuai kebutuhan saja. Menurut (Muflih, 2006) mengonsumsi secara berlebihan bisa merusak lingkungan seperti inefisiensi sumber daya, memunculkan dampak buruk bagi umat muslim itu sendiri sehingga memunculkan sifat egois dan tunduk pada hawa nafsunya.

B. Konseptualisasi Variabel Regulasi Diri

1. Pengertian Regulasi Diri

Regulasi diri merupakan kemampuan berpikir yang dimiliki individu sehingga individu dapat menggunakan kemampuan tersebut untuk memanipulasi lingkungannya dan menimbulkan perubahan lingkungan yang disebabkan oleh kegiatan tersebut (Alwisol, 2009). Jika individu memiliki pengendalian diri yang rendah, maka individu akan mudah untuk melakukan pembelian diluar rencana.

Dalam prosesnya, regulasi diri mengikutsertakan keaktifan individu untuk membangkitkan perasaan, pikiran, dan tindakan, membuat rencana dan menyesuaikannya untuk menggapai tujuan (Zimmerman, 2000 dalam Husna et al, 2014). Menurut Woolfolk regulasi diri yaitu kemampuan individu dalam memilih dan merencanakan untuk tindakannya dan akan memotivasi serta mengatur jalannya rencana yang telah dibuat. (dalam Husna et al, 2014).

Cervone dan Pervin, 2012 menyatakan bahwa dalam proses regulasi diri individu dalam upaya mencapai tujuan yang telah ditetapkan, proses kognitif digunakan individu untuk menetapkan tujuannya, membuat rencana, mengevaluasi perilaku dan memodifikasi perilaku (dalam Intan, 2017). Regulasi diri adalah proses dimana individu mengendalikan perasaan, pikiran, dorongan, dan hasrat untuk menuju atau menjauhi tujuannya. Pengaturan diri adalah proses di mana individu mengendalikan pikiran, perasaan, impuls, dan keinginan mereka menuju atau menjauh dari tujuan mereka

Proses tersebut menyertakan aspek afektif, kognitif, dan psikomotor. Dalam rangka untuk mencapai hasil yang diinginkan untuk rentang waktu yang panjang individu dengan tingkat regulasi diri tinggi akan memilih menunda kepuasan sementara dan lebih berhati-hati dalam memutuskan untuk mencapai tujuan yang maksimal.

Ada 3 fase yang merupakan siklus dari proses regulasi diri Menurut Zimmerman, 2000 (dalam Husna, 2014), antara lain 1) fase pemikiran awal (*forethought phase*); 2) fase tindakan atau kontrol kehendak (*performance/volitional control phase*); dan 3) fase refleksi diri (*self-reflection phase*). Terdapat beberapa subproses pada setiap prosesnya. Subproses ini adalah hal-hal yang dilakukan seseorang ketika mengatur dirinya sendiri di setiap fasenya.

Diperlukan proses yang panjang dalam membentuk kemampuan regulasi diri yang mana pengasuhan mengambil andil yang besar. Apabila individu tumbuh dalam keluarga atau lingkungan yang tidak mendidik, memberikan contoh, dan menghargai regulasi diri kemampuan regulasi diri akan sulit dipelajari (Zimmerman, 2000). Menurut Santrock, 1999 (dalam Husna, 2014) kemampuan regulasi diri yang tinggi dimiliki oleh individu yang tumbuh dalam keluarga yang memiliki standar yang tinggi, menegaskan tanggung jawab, dan pencapaian akademik. Menurut Santrock (dalam h dkk, 2019) individu yang memiliki regulasi diri mempunyai kemampuan dalam menentukan tujuan, mengelola emosi, melakukan pemantauan, mengevaluasi hambatan, dan melakukan penyesuaian dengan tindakan yang akan dilakukan, serta memiliki motivasi yang tinggi.

Berdasarkan dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa regulasi diri merupakan kemampuan yang dimiliki individu untuk berpikir, merasakan, membuat rencana, mengendalikan dan bertindak untuk meraih tujuan hidupnya. Regulasi mengarahkan pada proses perencanaan, pengevaluasian, pengubahan perilaku individu sendiri dan setelah mencapai tujuannya akan memberikan penghargaan terhadap diri sendiri. Seseorang dengan regulasi diri yang tinggi akan menunda

kesenangan yang bersifat sementara. Dalam proses regulasi diri melibatkan aspek kognitif, afektif dan psikomotor.

2. Faktor-faktor Regulasi Diri

Feist & Feist (2010) menyatakan bahwa ada 2 faktor yang menjadi penyebab regulasi diri pada individu, antara lain:

1) Faktor Internal

Bandura menyebutkan faktor internal regulasi diri ada tiga kebutuhan, diantaranya :

a. Observasi Diri

Dalam observasi diri individu perlu memperhatikan performa, meskipun perhatian ini tidak dapat dipastikan lengkap dan tepat. Jadi individu harus selektif tentang aspek-aspek perilakunya. Dengan adanya observasi diri, individu akan mengetahui perubahan kemajuan yang ada dalam dirinya.

b. Proses Penilaian

Melalui proses penilaian individu menjadi terbantu untuk meregulasi perilaku seseorang dengan melewati proses mediasi kognitif. Selain dapat menyadari dirinya secara selektif, individu juga dapat menilai betapa berharganya tindakan yang dilakukan individu untuk dirinya sendiri. Individu membandingkan hasil yang diperoleh dengan hasil yang diperoleh orang lain dengan standar pribadi, kinerja

rujukan, pemberian nilai pada aktivitas, dan atribusi pada penampilan

c. Reaksi Diri

Untuk menilai dirinya sendiri individu menetapkan standar performa. Reaksi diri adalah respon negatif atau positif pada pencapaian individu. Melalui penghargaan (*reward*) dan hukuman (*punishment*) individu mampu menciptakan inisiatif tindakannya.

2) Faktor Eksternal

Ada dua cara faktor eksternal mempengaruhi regulasi diri yaitu mempengaruhi diri sendiri dengan memberikan standar guna mengevaluasi perilaku dan menyediakan cara untuk mendapatkan penguatan (*reinforcement*).

a. Standar Untuk Mengevaluasi Tingkah Laku

Standar untuk mengevaluasi perilaku juga dapat muncul karena faktor lingkungan yang berinteraksi dengan pengaruh pribadi, pembentukan standar individu yang untuk evaluasi. Dalam mempengaruhi standar personal anak, peran orang tua sangat penting. Pola asuh dan pendidikan yang diberikan orang tua akan membentuk pribadi individu dari segi kualitas dan potensi anak untuk mengembangkan dirinya. Sehingga ada hubungan sebab akibat dari faktor

pribadi individu dengan dorongan dari lingkungan yang berperan.

- b. Menyiapkan cara untuk mendapatkan penguatan (*reinforcement*).

Individu diberikan *reward* setelah menuntaskan tujuan tertentu. Sebagai bentuk apresiasi kecil yang diperoleh setelah menuntaskan beberapa tujuan, diperlukan bantuan lingkungan berbentuk sumbangan materil atau pujian dan dukungan dari pihak lain.

Sedangkan menurut Zimmerman dan Pons (dalam Yuliansyah, 2018) faktor dari regulasi diri ada 3, antara lain:

- a. Bagian dari diri individu yang terdiri dari pengetahuan individu, tingkat kemampuan metakognitif yang dimiliki individu dan tujuan yang ingin diwujudkan.
- b. Dalam berperilaku individu berupaya menggunakan kemampuan yang dimiliki.
- c. Dalam hal ini regulasi diri individu bergantung pada kondisi lingkungan sekitar individu tersebut, apakah lingkungannya mendukung aktivitasnya atau tidak.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan yang menjadi faktor-faktor dari regulasi diri yaitu ada faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi kemampuan observasi diri, melakukan penilaian diri dan mampu mereaksi diri. Adapun faktor eksternal regulasi diri meliputi

mempengaruhi diri sendiri dengan menetapkan standar untuk mengevaluasi perilaku dan menyediakan cara untuk mendapatkan penguatan (*reinforcement*).

3. Aspek-aspek Regulasi Diri

Menurut Zimmerman & Schunk (2004) regulasi diri mempunyai 3 aspek diantaranya :

- a. Metakognitif yaitu poin metakognitif untuk individu yang mampu merencanakan, mengorganisasikan, mengukur diri dan mengintruksikan dirinya sebagai sebuah kebutuhan dalam proses hidupnya
- b. Motivasi yaitu apabila seorang individu mempunyai motivasi intrinsik, kemandirian dan kepercayaan diri yang tinggi dalam kemampuan bertindak. Individu yang mempunyai motivasi tinggi akan menganggap bahwa rintangan yang hadir dalam dirinya bisa dihadapi dan diselesaikan.
- c. Perilaku yaitu usaha individu untuk mengatur dirinya, memilih dan memanfaatkan serta menciptakan lingkungannya untuk mendukung aktivitasnya. Disini individu memilih, mengatur serta mewujudkan lingkungannya baik fisik maupun sosial yang seimbang guna mengoptimalkan pencapaian akibat dari aktivitas yang dilakukannya.

Hergenhann (dalam Wulandari & Zulkaida, 2007: 53) mengemukakan aspek regulasi diri, sebagai berikut:

a. Efikasi Diri (*Self Efficacy*)

Efikasi diri memiliki hubungan dengan keyakinan individu mengenai kemampuannya dalam melakukan suatu tindakan atau perilaku yang erat hubungannya dengan suatu tugas. Hjelle dan Ziegler (dalam Tri & Anita, 2007: 53)

b. Peraturan Moral (*Moral Conduct*)

Peraturan Moral merupakan prinsip-prinsip standar mengenai baik dan buruk melalui proses internalisasi. Ketika individu berperilaku yang bertentangan dengan prinsip-prinsip moral yang dimiliki tanpa adanya perasaan bersalah, hal tersebut disebabkan karena adanya sejumlah mekanisme kognitif. Oleh sebab itu guna mengarahkan hal tersebut diperlukan regulasi diri.

c. Penundaan Kepuasan (*Delay of Gratification*)

Ada beberapa faktor yang berkaitan dengan kemampuan penundaan kepuasan sesaat. Faktor-faktor tersebut meliputi keyakinan individu akan bertujuan untuk masa depan yang lebih baik, pengalaman individu menunda kepuasan sesaat dimasa lalu, nilai tujuan di masa mendatang, serta keyakinan individu dalam meningkatkan efikasi diri.

Menurut Bandura, Schunk dan Zimmerman (dalam Ormrod, 2011: 132-133) regulasi diri mempunyai lima aspek yang terdiri atas ;

1) Membuat Standar dan Tujuan (*Setting Standards and Goals*)

Dalam perilakunya individu dewasa cenderung menetapkan standar untuk mereka sendiri, mereka menetapkan kriteria mengenai perilaku-perilaku yang bisa diterima. Mereka mengidentifikasi tujuan tertentu dan memberi nilai dan arahan pada perilaku mereka. Standar dan tujuan tiap individu tergantung pada standar dan tujuan yang dimiliki orang lain dilihat dan dipercaya. Dengan kata lain, perilaku model dari orang lain dapat mempengaruhi standar dan tujuan individu. Bandura dan Kupers melakukan sebuah studi yang menemukan bahwa anak-anak cenderung untuk memperkuat diri mereka dengan menggunakan standar perilaku yang sangat mirip dengan apa yang mereka lihat dari orang lain.

2) Observasi Diri (*Self-Observation*)

Bagian penting dari regulasi diri yaitu untuk mengamati diri dalam sebuah tindakan atau perilaku. Untuk melangkah ke arah tujuan yang penting, individu harus mengetahui apa kelebihan mereka dan kekurangan mereka yang perlu diperbaiki.

3) Evaluasi Diri (*Self-Evaluation*)

Orang-orang sering menilai perilaku orang lain, sehingga mereka mulai menilai dan mengevaluasi perilaku mereka sendiri berdasarkan standar yang mereka pegang untuk dirinya sendiri.

4) Reaksi Diri (*Self Reaction*)

Guna meningkatkan regulasi dirinya, individu mulai memperkuat dirinya dan merasa bangga atau berterimakasih pada dirinya sendiri dengan mengucapkan bahwa individu tersebut melakukan pekerjaannya dengan baik ketika sudah menyelesaikan suatu tujuan. Ketika merasa melakukan kesalahan ataupun berbuat sesuatu yang tidak memenuhi standar yang telah individu tersebut tetapkan ada perasaan bersalah dalam diri individu dan mulai menghukum diri sendiri disertai perasaan menyesal, bersalah, atau malu. Proses ini bisa disebut dengan *reinforcement* yaitu memberi penguatan bagi efikasi diri untuk mewujudkan suatu tujuan dan memberi hukuman atas kesalahan yang telah diperbuat. Dalam proses perubahan perilaku, pujian atau penghargaan dan kritik terhadap diri sendiri dapat berpengaruh.

5) Refleksi Diri (*Self-Reflection*).

Individu yang sungguh-sungguh meregulasi dirinya sendiri akan merefleksikan dan mengkaji secara detail tujuannya, mulai dari keberhasilan dan kegagalan yang dialami di masa lalunya, kepercayaan diri mengenai kemampuan yang dimiliki, kemudian individu melakukan penyesuaian tujuan, keyakinan dan perilaku yang bisa dipertanggung jawabkan. Menurut Bandura aspek yang paling jelas dalam regulasi diri adalah refleksi diri.

Berdasarkan aspek-aspek diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa aspek dari regulasi diri antara lain individu mempunyai kemampuan untuk berencana, memilih, mengukur diri, menyusun, memanfaatkan dan mengendalikan lingkungannya guna mencapai tujuan hidupnya, individu memiliki *self efficacy* yang baik, mampu mengevaluasi dan merefleksikan dirinya serta mampu menunda kepuasannya guna memperoleh tujuan hidupnya.

4. Regulasi Diri dalam Perspektif Islam

Dalam Islam, setiap makhluk yang bernyawa dianugerahi kemampuan untuk mengontrol dirinya dan bertanggungjawab penuh atas dirinya untuk selalu berada pada jalan yang benar. Allah SWT memerintahkan makhluk -Nya untuk senantiasa berserah diri atau ikhtiar setelah tawakal, memperbanyak berbuat baik dengan berbekal kemampuan mengontrol diri. Dalam hal ini Ikhtiar sangat sejalan dengan konteks regulasi diri.

Allah SWT berfirman dalam surat Ar- Ra'd ayat 11 yang berbunyi :

لَهُ مُعَقَّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ
اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ
سُوءًا فَلَا مَرَدَ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ

Artinya : “Baginya (manusia) ada malaikat-malaikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakangnya. Mereka

menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia” (Q.S Ar-Rad : 11)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa pada dasarnya manusia diberikan peluang untuk selalu bisa memutuskan, menimbang, memilih, serta mengendalikan dirinya sendiri. Masing-masing individu memiliki kemampuan regulasi diri untuk mengatur dirinya, karena Allah pun menghendaki hamba-Nya untuk selalu mengontrol dirinya sesuai keinginan yang individu kehendaki. Dengan adanya regulasi diri dalam diri individu akan membawa diri individu menjadi lebih sukses dikehidupannya, individu akan mampu untuk mengatur pikiran dan emosinya

C. Konseptualisasi Gaya Hidup Hedonis

1. Pengertian Gaya Hidup Hedonis

Menurut Kotler (2005:210) gaya hidup merupakan sebuah pola hidup manusia yang dituangkan melalui bentuk aktivitas, minat, dan pendapat. Widjaja (2009:40) juga berpendapat bahwa gaya hidup yaitu pola hidup yang digambarkan dalam bentuk kegiatan, minat, dan pendapat individu yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan cara mengukurnya menggunakan *psychographics*. Hedonisme menurut Salam (2002:81) berasal dari bahasa Yunani yaitu *hedone*, yang mempunyai arti kesenangan, *pleasure*. Tujuan hidup orang yang

meyakini aliran ini adalah menganggap atau menjadikan kesenangan untuk tujuan hidup (Thamrin dan shaleh, 2021)

Gaya hidup hedonis adalah sebuah pola hidup yang dalam aktivitasnya bertujuan melakukan kesenangan, misalnya dengan banyak bermain, senang membuang-buang waktu diluar ruangan dan sering membelanjakan uangnya untuk sesuatu yang mahal guna memenuhi keinginannya akan kesenangan dan ingin menjadi pusat perhatian (Suprana, 2003). Menurut pendapat Levan`s & Linda (2003) gaya hidup hedonis merupakan pola tingkah laku yang menekankan pada kesenangan hidup dan hal tersebut dapat diketahui dari aktivitas, minat maupun pendapat. Motif individu melakukan perilakunya dengan berprinsip kebahagiaan dan kesenangan. Nadzir dan Ingarianti (2015) juga berpendapat mengenai gaya hidup hedonis yaitu sebuah pola hidup manusia dalam mengerjakan kehidupannya dengan memburu kesenangan hidup, suka berbelanja barang yang tidak diperlukan, bersenang-senang dengan teman dengan menghabiskan waktu di luar rumah, dan ingin selalu menjadi pusat perhatian di lingkungan sekitar.

Ciri-ciri gaya hidup hedonis menurut Susianto (1993) dalam (Rianton, n.d.) antara lain aktivitas yang dilakukan individu untuk mencapai dan mendapatkan kesenangan dalam hidup, menghabiskan lebih banyak waktu diluar rumah, memilih-milih dalam berteman walaupun sebenarnya mudah untuk berteman, senang menjadi pusat perhatian, menggunakan waktu luangnya hanya untuk bermain, anggota

kelompok kebanyakan dari kalangan orang yang berada atau mampu. (Jannah Dan Sylvia, 2020). Susianto (dalam Kasali 2008: 242) menyatakan, individu yang memiliki gaya hidup hedonis dalam dirinya mampu menuntun segala aktivitasnya untuk memburu kesenangan dalam hidup, memilih membuang-buang waktu di luar rumah dan membelanjakan uangnya untuk barang mahal agar hasrat kesenangannya terpenuhi.

Dari beberapa pengertian diatas bisa disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan pola hidup yang aktivitasnya ditujukan untuk memburu kesenangan, misalnya keluar rumah, berbelanja ke *mall*, menghabiskan waktu dengan teman, senang menjadi pusat perhatian dan itu adalah tujuan dari setiap tingkah laku gaya hidup hedonis.

2. Faktor-faktor Gaya hidup Hedonis.

Gaya hidup hedonis dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal atau yang berasal dari dalam individu dan faktor eksternal atau factor yang berasal dari luar individu, Kotler (2002) :

a. Faktor internal

Faktor dari dalam individu, meliputi ;

1. Sikap.

Suatu keadaan baik jiwa maupun pikir untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek dan dimunculkan dalam

sebuah perilaku. Tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosial sangat mempengaruhi keadaan jiwa.

2. Pengalaman dan Pengamatan.

Munculnya tingkah laku dipengaruhi pengalaman dan pengamatan. Melalui proses belajar individu akan memperoleh pengalaman, masa lalu sebagai sebuah pengalaman dan dapat dipelajari. Terbentuknya pandangan terhadap suatu objek merupakan hasil dari pengalaman sosialnya.

3. Kepribadian.

Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu. Beberapa jenis kepribadian dapat menentukan bagaimana individu bertindak terhadap lingkungan sekitarnya. Contohnya ketika seseorang yang cenderung berkepribadian *ekstrovert* maka individu tersebut lebih banyak menghabiskan waktu dengan teman-temannya serta lebih terbuka dengan lingkungan sekitar.

4. Konsep Diri.

Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri. Konsep diri sudah menjadi pendekatan yang dikenal amat luas untuk menggambarkan hubungan antara

konsep diri konsumen dengan *image* merek. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karena konsep diri adalah kerangka acuan yang merupakan awal dari perilaku.

5. Motif.

Tingkah laku individu muncul disebabkan adanya motif kebutuhan akan rasa aman dan kebutuhan akan gengsi adalah sebagian contoh motif. Apabila motif individu terhadap gengsi besar maka akan menjadikan individu memiliki gaya hidup yang cenderung menuju kepada gaya hidup hedonis.

6. Persepsi.

Persepsi yaitu proses individu memilih, mengatur, dan menafsirkan informasi untuk membentuk gambaran dunia yang bermakna.

b. Faktor Eksternal

Yang termasuk faktor eksternal antara lain :

1. Kelompok Acuan

Kelompok acuan yaitu kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau tidak langsung pada sikap dan perilaku manusia. Kelompok yang memberi pengaruh langsung

adalah kelompok dimana individu menjadi anggotanya, saling berinteraksi, saling mengikuti dan beradaptasi. Sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidak menjadi anggota didalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapkan individu untuk mengikuti dan menyesuaikan diri, perilaku dan gaya hidup tertentu. Beberapa contoh kelompok referensi adalah kelompok minat dan bakat, kelompok teman sebaya, kelompok diskusi, kelompok pekerjaan, dsb.

2. Keluarga.

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

3. Kelas Sosial.

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama.

4. Kebudayaan.

Kebudayaan terdiri dari kepercayaan, moral, kesenian, pengetahuan, adat istiadat, hukum, dan kebiasaan yang didapatkan dengan menjadi anggota masyarakat.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan ada dua faktor gaya hidup hedonis ; 1) faktor internal, terdiri dari konsep diri, sikap, kepribadian, pengalaman. 2) faktor eksternal, terdiri dari keluarga, kelompok referensi, kelas sosial, dan kebudayaan.

3. Aspek-aspek Gaya Hidup Hedonis

Aspek-aspek gaya hidup hedonis Menurut Wells dan Tigert 1993 (Engel, dkk 1995) yang dikembangkan dari aspek gaya hidup sistem AIO (*Activity, Interest, and Opinion*), antara lain ;

- a. Aktivitas merupakan aksi atau tindakan nyata yang dapat dilihat, aktivitas disini lebih diarahkan pada alasan untuk mengambil tindakan-tindakan.
- b. Minat adalah kesenangan pada diri individu yang muncul secara khusus yang membuat individu memperhatikan suatu obyek, peristiwa ataupun topik tertentu.
- c. Opini atau pendapat adalah jawaban dari individu melalui lisan ataupun tulisan pada stimulus yang datang.

Tidak jauh berbeda dengan Wells & Tigert, Mowen dan Minor (2002:283) mengungkapkan bahwa gaya hidup mempunyai aspek untuk

mengetahui gaya hidup berupa pernyataan AIO yang digunakan diantaranya:

a. Pertanyaan Aktivitas (*activity questions*)

Meminta konsumen untuk mengindikasikan hal-hal yang dilakukan, melakukan pembelian apa saja, dan bagaimana cara individu menggunakan waktu.

b. Pertanyaan Minat (*interest question*)

Menjadikan pilihan dan prioritas konsumen sebagai fokusnya.

c. Pertanyaan Opini (*opinion question*)

Melakukan penyelidikan mengenai pandangan dan apa yang dirasakan konsumen tentang topik peristiwa yang ada di global, lokal, moral, ekonomi dan sosial.

Menurut Plummer (dalam Kasali 2008: 226) cara mengukur gaya hidup melalui aktivitas manusia sebagai berikut:

a. Bagaimana individu menghabiskan waktunya.

b. Minat individu, apa yang menurut individu penting yang ada disekitarnya.

c. Pandangan-pandangannya baik terhadap diri sendiri, maupun terhadap orang lain.

Berdasarkan aspek-aspek tersebut dapat disimpulkan bahwa aspek dari gaya hidup hedonis antara lain (1) Aktivitas yaitu mengenai bagaimana individu melakukan kegiatan, menghabiskan waktu serta alasan atas

tindakannya tersebut. (2) Minat yaitu hal-hal disekitar yang membuat individu tertarik dan merasa senang. (3) Opini yaitu pandangan individu mengenai stimulus dan topik peristiwa yang muncul.

4. Gaya Hidup Hedonis Dalam Perspektif Islam

Dalam upaya pemuasan diri manusia menginginkan hidupnya dipenuhi dengan kesenangan dan kenikmatan, sehingga tujuan dari kehidupannya yaitu kesenangan dan kebahagiaan. Guna menggambarkan kesenangan dan kebahagiaan manusia tersebut tidak sedikit orang yang menggambarkannya dengan hidup mewah. Dari hal tersebut memunculkan gaya hidup hedonis yang dapat menimbulkan kesenjangan antar sosial, meredupkan nilai-nilai keislaman, penyalahgunaan kenikmatan, mengurangi rasa syukur dan meredupkan kebiasaan gaya hidup hemat (Zulfa, 2020). Firman Allah SWT dalam QS. Al- Hadid : 20 yang berbunyi :

اعْلَمُوا أَنَّمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا لَعِبٌ وَلَهُمْ زِينَةٌ وَتَفَاخُرٌ بَيْنَكُمْ وَتَكَاثُرٌ
فِي الْأَمْوَالِ وَالْأَوْلَادِ كَمَثَلِ غَيْثٍ أَعْجَبَ الْكُفَّارَ نَبَاتُهُ ثُمَّ يَهِيجُ
فَتَرَاهُ مُصْفَرًّا ثُمَّ يَكُونُ حُطَامًا ۗ وَفِي الْآخِرَةِ عَذَابٌ شَدِيدٌ
وَمَغْفِرَةٌ مِّنَ اللَّهِ وَرِضْوَانٌ ۗ وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا مَتَاعُ الْغُرُورِ

Artinya : “Ketahuilah, bahwa sesungguhnya kehidupan dunia ini hanyalah permainan dan suatu yang melalaikan, perhiasan dan bermegah-megah antara kamu serta berbangga-banggaan tentang banyaknya harta dan anak, seperti hujan yang tanam-tanamannya

mengagumkan para petani; kemudian tanaman itu menjadi kering dan kamu lihat warnanya kuning kemudian menjadi hancur. Dan di akhirat (nanti) ada azab yang keras dan ampunan dari Allah serta keridhaan-Nya. Dan kehidupan dunia ini tidak lain hanyalah kesenangan yang menipu” (QS. Al- Hadid : 20)

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa kebahagiaan yang ada dunia ini hanyalah bersifat sementara. Guna mengikuti hawa nafsunya umat manusia menggunakan jalan yaitu bermegah-megahan. Manusia hidup di dunia ini dikaruniai banyak nikmat bukan semata-mata untuk main-main dan bersenang-senang akan tetapi sebagai ladang untuk mencari dan mengumpulkan amalan kebaikan untuk bekal kehidupan yang kekal yaitu di akhirat.

D. Hubungan Antara Regulasi Diri dan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif

Para generasi milenial saat ini diberikan kemudahan untuk berbelanja produk-produk yang diinginkan. Disajikan banyak *online shop* yang memudahkan individu untuk memenuhi keinginan mereka, mulai dari produk *fashion*, alat tulis, pernak-pernik, makanan dsb. Hampir semua yang biasa dibeli di toko *offline* kini bisa dibeli secara *online*. Dengan adanya *online shop* kini memberikan keuntungan diantaranya adanya *voucher* diskon belanja, gratis ongkir dan *cashback*. Dengan disajikan beberapa kemudahan untuk mendapatkan barang yang diinginkan, salah satunya guna menonjolkan penampilan seseorang seringkali individu melakukan hal yang tidak logis dalam belanja yaitu melakukan transaksi pembelian tanpa adanya beberapa pertimbangan dan perencanaan. Apabila individu melakukan

pembelian bertujuan untuk kesenangan tidak untuk kebutuhan dan tidak dengan berpikir yang rasional hal tersebut merupakan perilaku konsumtif (Munazzah, 2016).

Menurut Mangkunegara (2005:39) (dalam Lestarina dkk, 2017) Ada dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, ada faktor internal dan faktor eksternal. Salah satu dari faktor internal yang menjadi pengaruh perilaku konsumtif yaitu motivasi. Motivasi disini merupakan sebuah konsep yang dipergunakan untuk memperjelas kekuatan dari sebuah organisme guna mengarahkan dan memunculkan tingkah laku dari individu. Hal tersebut berkaitan dengan regulasi diri, yaitu kemampuan individu untuk memilih dan merencanakan untuk tingkah lakunya dan akan memotivasi serta mengatur jalannya rencana yang telah dibuat (Woolfolk, 2009).

Dengan adanya regulasi diri individu bisa memilih dan merencanakan atas tindakan yang akan dibuat, individu akan lebih mempertimbangkan pilihannya misalnya dengan melihat seberapa besar manfaat yang muncul atas tindakannya tersebut dan akibat apa yang akan muncul atas tindakannya. Dengan adanya regulasi diri yang tinggi akan memperkecil individu dalam melakukan perilaku konsumtif.

Seperti penelitian (Putri, 2017) yang meneliti mengenai hubungan regulasi diri terhadap perilaku konsumtif, dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi regulasi diri dalam diri mahasiswa maka semakin rendah perilaku konsumtif yang dilakukan. Hal tersebut diperkuat

oleh penelitian yang dilakukan (Nur, 2018) yang melakukan penelitian mengenai peran sikap dan regulasi diri terhadap perilaku konsumtif, penelitian tersebut memperoleh hasil bahwa individu dengan regulasi diri yang kurang efektif akan membuat individu tersebut berperilaku konsumtif.

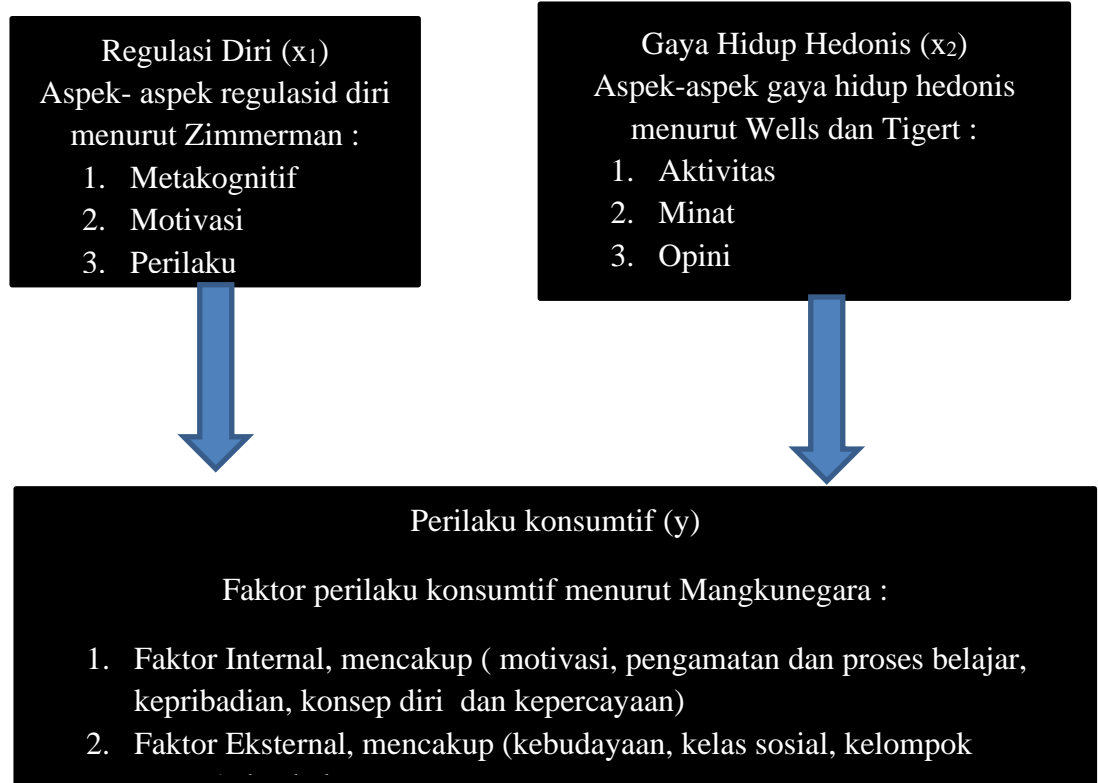
Selain faktor internal ada juga faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Salah satunya yaitu adanya kelompok anutan dan keluarga. Remaja saat ini cenderung menganut kelompok teman sebayanya. Menurut (Ristianti, 2008) dalam dunia remaja yang dipergunakan menjadi tempat untuk mengevaluasi diri sendiri dan orang lain adalah kelompok teman sebaya.

Di era milenial saat ini muncul anggapan bahwa remaja *modern* harus berpenampilan kekinian, modis, *trendy*, agar bisa mewujudkan hal tersebut remaja bersaing untuk mengikuti perkembangan *fashion* terbaru dan tidak minim para remaja yang akan mencari cara manapun agar bisa tercapai (Hidayat, 2017). Hal tersebut tentunya dapat mengakibatkan remaja terjebak ke dalam gaya hidup hedonis. Menurut (Suprana, 2003) gaya hidup hedonis adalah gaya hidup yang dalam aktivitasnya bertujuan untuk melakukan kesenangan, misalnya dengan lebih banyak bermain, senang menghabiskan waktu diluar rumah dan sering membelanjakan uang untuk barang-barang mahal guna menuruti hasrat kesenangan saja dan ingin menjadi sorotan.

Dengan adanya gaya hidup hedonis individu akan melakukan apapun untuk kesenangannya, salah satunya dengan berbelanja. Demi untuk

menjadi sorotan semua orang individu akan berbelanja barang yang sebenarnya bukan menjadi kebutuhannya. Seperti penelitian yang dilakukan oleh ('Aisyiah & Yuliana, 2018) yang meneliti tentang hubungan gaya hidup hedonis mahasiswa terhadap perilaku konsumtif, dari penelitian tersebut menghasilkan kesimpulan bahwa semakin tinggi tingkat gaya hidup hedonis maka semakin tinggi juga perilaku konsumtifnya.

Sebaliknya, semakin rendah tingkat gaya hidup hedonis maka semakin rendah pula perilaku konsumtifnya. Hal tersebut diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Patricia & Handayani, 2014) yang meneliti mengenai pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada pramugari, dari penelitian tersebut mendapatkan kesimpulan bahwa semakin tinggi gaya hidup hedonis maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya.



E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis 1

Ada pengaruh regulasi diri terhadap perilaku konsumtif produk fashion pada remaja akhir di FPK UIN Walisongo.

Hipotesis 2

Ada pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif produk fashion pada remaja akhir di FPK UIN Walisongo.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Wallace (dalam Suyanto & Sutinah, 2005) penelitian kuantitatif merupakan penelitian : pertama, melibatkan lima komponen dari informasi ilmiah antara lain teori, hipotesis, observasi, generalisasi empiris dan penerimaan atau penolakan hipotesis. Kedua, penelitian kuantitatif memiliki andalan berupa terdapat populasi dan teknik pengambilan sampel. Ketiga, teknik pengumpulan datanya memakai skala. Keempat, menyarankan yang menjadi variabel-variabel penelitian dalam proses analisis data. Kelima, mempunyai upaya untuk memperoleh kesimpulan secara umum, baik untuk populasi dan/atau sampel yang diteliti.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner yang berisi skala perilaku konsumtif, skala regulasi diri dan skala gaya hidup hedonis berbentuk google formulir dengan [link forms.gle/2jhJk3bn3q9pfdkc9](https://forms.gle/2jhJk3bn3q9pfdkc9). Kemudian, skala tersebut disebarikan pada kelas-kelas yang ada di Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo Semarang.

Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda merupakan teknik pengolahan data yang difungsikan untuk menguji keterkaitan antara dua variabel bebas (*independent variable*) yaitu X_1 dan X_2 dengan variabel terikat (*dependent variable*) yaitu Y (Winarsunu, 2015). Peneliti

menggunakan metode analisis regresi linier berganda dikarenakan penelitian ini mempunyai variabel bebas lebih dari satu dan penelitian ini bertujuan untuk seberapa jauh hubungan saling mempengaruhi diantara ketiga variabel yang akan diteliti nantinya.

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel-variabel penelitian yaitu :

- a. Variabel bebas (*independent variable*) (X_1) : regulasi diri
- b. Variabel bebas (*independent variable*) (X_2) : gaya hidup hedonis
- c. Variabel terikatnya (*dependent variable*) (Y): perilaku konsumtif

2. Definisi Operasional

a. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah aktivitas seseorang atau konsumen untuk memperoleh, mengonsumsi dan memutuskan untuk membeli barang lebih mengutamakan kesenangan dan keinginan melainkan bukan karena kebutuhan ataupun prioritas utamanya. Perilaku konsumtif akan diukur menggunakan skala perilaku konsumtif dari aspek yang dikemukakan oleh Lina & Rosyid (1997) yang terdiri dari pembelian impulsif (*impulsive buying*), pemborosan (*wasteful buying*), mencari kesenangan (*non rational buying*). Semakin tinggi skor yang didapatkan maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif produk fashion yang dilakukan mahasiswi. Sebaliknya, semakin rendah

skor yang didapatkan maka semakin rendah pula perilaku konsumtifnya.

b. Regulasi Diri

Regulasi diri adalah kemampuan yang ada pada diri individu untuk berpikir, merasakan, membuat rencana, mengendalikan dan bertindak untuk memenuhi tujuan hidupnya. Regulasi mengarah mengikuti sebuah kontrol terhadap diri sendiri guna merencanakan, mengevaluasi, mengubah perilakunya sendiri dan setelah mencapai tujuannya akan memberikan penghargaan terhadap diri sendiri. Regulasi diri akan diukur menggunakan skala regulasi diri berdasarkan aspek regulasi diri yang dikemukakan oleh Zimmerman yaitu metakognitif, motivasi dan perilaku. Semakin tinggi skor yang diperoleh maka semakin tinggi pula regulasi diri dapat mempengaruhi individu melakukan perilaku konsumtif. Sedangkan semakin rendah skor yang diperoleh maka semakin rendah pula regulasi diri akan mempengaruhi individu melakukan perilaku konsumtif.

c. Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup merupakan pola hidup yang aktivitasnya ditujukan untuk mencari kesenangan, misalnya keluar rumah, berbelanja ke *mall*, menghabiskan waktu dengan teman, senang menjadi pusat perhatian dan itu adalah tujuan dari setiap tingkah laku gaya hidup hedonis. Gaya hidup hedonis akan diukur menggunakan skala gaya

hidup hedonis berdasarkan aspek gaya hidup hedonis yang dikemukakan oleh Wells dan Tigert yaitu aktivitas, minat dan opini. Semakin tinggi skor yang diperoleh maka semakin tinggi pula gaya hidup hedonis dapat mempengaruhi individu melakukan perilaku konsumtif. Sedangkan semakin rendah skor yang diperoleh maka semakin rendah pula gaya hidup hedonis akan mempengaruhi individu berperilaku konsumtif.

C. Sumber dan Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data primer. Data primer yaitu sumber data yang mengambil langsung dari sumber pertama. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan didapatkan langsung dari responden dengan cara mengajukan pertanyaan secara tertulis mengenai skala perilaku konsumtif, skala regulasi diri dan skala gaya hidup hedonis. Responden yang akan mengisi skala-skala tersebut adalah mahasiswi di Fakultas Psikologi dan Kesehatan (FPK) UIN Walisongo Semarang yang berusia 18-21 tahun.

D. Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di Kota Semarang tepatnya di UIN Walisongo Semarang di Fakultas Psikologi dan Kesehatan (FPK).

b. Waktu Penelitian

Penelitian akan dilaksanakan pada bulan April 2022

E. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1) Populasi

Populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subyek dengan kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti guna dipelajari dan diambil kesimpulan (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswi FPK di UIN Walisongo yang berusia 18-21 tahun. Di lingkungan kampus UIN Walisongo, mahasiswa FPK dikenal mempunyai *style* pakaian yang kekinian, beberapa dari mahasiswa FPK peka terhadap perkembangan mode *fashion* yang sedang *trendy* jika dibandingkan dengan fakultas lain di UIN Walisongo. Penelitian ini mengambil remaja sebagai sampel penelitian karena remaja peka terhadap apa yang sedang *trend*, sedang *on* dan *in* dalam dunia remaja. Hal tersebut memberikan kesan bahwa kecenderungan berperilaku konsumtif tinggi dilakukan oleh remaja (Hasan, 1987). Kemudian sampel penelitian adalah mahasiswi karena wanita cenderung lebih sering berbelanja dibanding dengan pria. Chris Fang selaku CEO Shopee berpendapat mengenai alasan mengapa wanita lebih suka berbelanja dibanding pria dikarenakan banyaknya kebutuhan wanita dan karena wanita mempunyai keinginan besar untuk menunjang penampilannya

(Anggraeni, 2017). Populasi dalam penelitian ini berjumlah 783 mahasiswi di FPK UIN Walisongo.

2) Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi baik jumlah maupun karakteristiknya, apabila populasi terlalu besar dan tidak memungkinkan bagi peneliti untuk mempelajari semuanya yang menjadi bagian dalam populasi disebabkan keterbatasan waktu, tenaga maupun dana, maka peneliti diperbolehkan menggunakan sampel dari populasi tersebut. Kesimpulan yang diperoleh dari sampel harus benar-benar mewakili populasi (Sugiyono, 2019). Penelitian ini mengambil perhitungan sampel berdasarkan rumus perhitungan Slovin. Berikut rumus Slovin untuk menetapkan sampel.

Keterangan :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = ukuran populasi

e = presentase penyisihan ketidakakuratan *sampling error* yang masih bisa ditoleransi. Dalam hal ini penulis mengambil presentase 10% atau 0,1

Jadi, yang menjadi sampel dalam penelitian ini berjumlah :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{783}{1+783 (0,1)^2}$$

n = 88,67 dibulatkan menjadi 95 sampel

Dari perhitungan tersebut diperoleh sampel berjumlah 95 orang, kemudian skala penelitian pada mahasiswa FPK UIN Walisongo akan disebar dan akan memperoleh 95 sampel.

3) Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk suatu penelitian. Ada banyak jenis teknik sampling yang bisa digunakan guna menetapkan sampel penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan teknik *sampling purposive* yaitu teknik yang menggunakan pertimbangan tertentu dalam penentuan sampel, sampel yang diambil berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang menjadi permasalahan dalam penelitian. Teknik *sampling purposive* merupakan bagian dari teknik *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan atau peluang yang sama bagi anggota populasi untuk dijadikan sampel penelitian (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian ini yang menjadi kriteria dalam pengambilan sampel yaitu :

- a. Mahasiswi FPK di UIN Walisongo Semarang

- b. Berusia 18-21 tahun
- c. Belum memiliki penghasilan sendiri.
- d. Sering berbelanja produk fashion, minimal tiga bulan sekali.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala penelitian yaitu menggunakan skala perilaku konsumtif, skala regulasi diri dan skala gaya hidup hedonis. Dari ketiga variabel yang akan diteliti, peneliti mengumpulkan data dengan cara memberikan beberapa pertanyaan ataupun pernyataan terstruktur dari ketiga variabel tersebut. Adapun skala yang digunakan berbentuk skala likert, skala ini dapat dipakai untuk mengukur pendapat, sikap dan persepsi dari individu maupun kelompok mengenai fenomena sosial.

Ketiga variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut menjadi pedoman dalam menyusun pertanyaan-pertanyaan (Sugiyono, 2019). Ketiga skala akan dibentuk menjadi aitem pertanyaan mendukung (*favorable*) dan tidak mendukung (*unfavorable*). Skala dalam penelitian ini menggunakan empat poin penilaian yaitu ;

Tabel 1

Skor Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor	
	Favorable	Unfavorable
Selalu (SL)	4	1

Sering (SR)	3	2
Kadang-kadang (KK)	2	3
Tidak Pernah (TP)	1	4

Adapun tiga skala dalam penelitian ini sebagai berikut ;

a. Skala perilaku konsumtif

Skala perilaku konsumtif akan diukur menggunakan skala yang dibuat peneliti yang mengacu pada subjek penelitian ini yaitu mahasiswi. Skala perilaku konsumtif dibuat berdasarkan aspek-aspek perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Lina dan Rosyid (1997) meliputi pembelian impulsif (*impulsive buying*), pemborosan (*wasteful buying*), pembelian tidak rasional (*non rational buying*).

Tabel 2

Blueprint skala perilaku konsumtif

Aspek	Indikator	Sebaran aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Pembelian Impulsif (<i>Impulsive Buying</i>)	-Membeli produk yang tidak direncanakan sebelumnya -Mudah terpengaruh	1, 2, 5, 6, 7	3, 4, 8, 9,10	10
Pemborosan (<i>Wasteful Buying</i>)	-Suka menghamburkan uang -Tidak mempunyai skala prioritas	11, 12, 15,16, 17	13, 14, 18, 19, 20	10
Pembelian tidak rasional (<i>Non Rational Buying</i>)	-Membeli untuk kesenangan, bukan kebutuhan - Membeli mengutamakan gengsi daripada kebutuhan	21, 22, 25, 26, 27	23, 24, 28, 29, 30	10

b. Skala regulasi diri

Skala regulasi diri akan diukur memakai skala yang dibuat peneliti yang mengacu pada subjek penelitian ini yaitu mahasiswi. Skala regulasi diri dibuat berdasarkan aspek-aspek regulasi diri yang dikemukakan oleh Zimmerman yaitu metakognitif, motivasi dan perilaku.

Tabel 3

Blueprint skala regulasi diri

Aspek	Indikator	Sebaran aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Metakognitif	- Memiliki rencana untuk mencapai tujuan hidup - Mampu menilai dirinya - Mampu mengendalikan dirinya	1, 2, 3, 6, 7	4, 5, 8, 9,10	10
Motivasi	- Memiliki kepercayaan diri - Mampu menghadapi tantangan	11, 12, 15, 16, 19	13, 14, 17, 18, 20	10
Perilaku	- Mampu mengatur dirinya - Mampu mengevaluasi dirinya	21, 22, 25, 26, 27	23, 24, 28, 29, 30	10

c. Skala gaya hidup hedonis

Skala gaya hidup hedonis akan diukur menggunakan skala yang dibuat peneliti yang mengacu pada subjek penelitian ini yaitu mahasiswi. Skala

gaya hidup hedonis dibuat berdasarkan aspek-aspek gaya hidup hedonis yang dikemukakan oleh Wells dan Tigert yaitu aktivitas, minat dan opini.

Tabel 4

Blueprint skala gaya hidup hedonis

Aspek	Indikator	Sebaran aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Aktivitas	- Menghabiskan banyak uang untuk kesenangan - Mengejar penilaian dari orang lain	1, 2, 5, 6, 7	3, 4, 8, 9,10	10
Minat	- Mengabdikan keinginan yang muncul tiba-tiba - Mencari pembenaran atas Tindakannya untuk mencari kesenangan	11, 12, 13, 16, 17	14, 15, 18, 19, 20	10
Opini	- Beranggapan bahwa dunia sedang membencinya ketika mempunyai masalah - memiliki taraf kenikmatan hidup yang tinggi	21, 22, 25, 26, 27	23, 24, 28, 29, 30	10

G. Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas

Validitas menurut Azwar (2001) berasal dari kata *validity* yang berarti seberapa jauh ketepatan sebuah alat ukur dalam menjalankan fungsinya. Apabila suatu tes mampu menjalankan fungsinya atau mampu memberikan hasil ukur yang sesuai dengan tujuan dilakukan pengukuran tersebut dapat dikatakan tes tersebut mempunyai validitas tinggi, sebaliknya jika suatu tes menghasilkan data yang tidak relevan disebut sebagai tes yang memiliki validitas rendah. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji validitas isi untuk melakukan pengujian terhadap aitem skala. Validitas isi menurut Azwar (2001) adalah validitas yang dalam melakukan estimasi melalui uji kelayakan isi tes dengan analisis rasional panel yang berkompeten atau melalui *expert judgement*.

Uji validasi isi pada skala perilaku konsumtif, skala regulasi diri dan skala gaya hidup hedonis menggunakan *expert judgement* oleh panel ahli yang disini adalah dosen ahli dari Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan mengambil satu mahasiswa sebagai perwakilan dari subjek penelitian. Panel ahli tersebut diminta untuk menilai, memberikan pendapat dan saran mengenai aitem yang telah dibuat dalam ketiga skala penelitian baik dari segi kesesuaian isi dengan indikator dari masing-masing aspek, jumlah aitem yang digunakan maupun penggunaan Bahasa dalam skala tersebut. Mahasiswa sebagai perwakilan subjek diminta untuk menilai apakah

Bahasa yang digunakan pada aitem-aitem dapat dipahami oleh subjek. Kemudian penilaian dari panel ahli dan perwakilan subjek akan digunakan sebagai landasan dalam penyempurnaan skala penelitian.

Dalam perhitungan tingkat validitas, penelitian ini dibantu menggunakan SPSS 21.0 for windows. Apabila skor setiap butir instrumen mempunyai korelasi dengan skor total minimal 0,3 maka butir tersebut dinyatakan valid (Sugiyono, 2019).

2. Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur baik dan buruknya kualitas pada suatu alat ukur yang bisa menghasilkan skor yang akurat dengan kesalahan pengukuran yang terkecil (Azwar, 2001). Uji reliabilitas dalam skala penelitian ini menggunakan Alpha Cronbach dikarenakan prosedurnya yang lebih mudah dan bisa memecahkan beberapa masalah yang sering ditemukan (Azwar, 2001). Uji Reliabilitas dalam penelitian dibantu hitung dengan menggunakan SPSS 16.0 for windows dengan indikator suatu alat ukur dinyatakan reliabel apabila nilai *Alpha Cronbach* diatas 0,6 dan sebaliknya. Adapun kriteria dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

1. Apabila nilai *Alpha Cronbach* $> 0,6$ maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel.
2. Apabila nilai *Alpha Cronbach* $< 0,6$ maka instrumen penelitian dinyatakan tidak reliabel.

H. Hasil Uji Coba Alat Ukur

1. Validitas Alat Ukur

a) Perilaku Konsumtif

Pengukuran skala perilaku konsumtif untuk uji coba menggunakan aitem berjumlah 30. Responden dalam uji coba penelitian ini adalah mahasiswa dari Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (FISIP) UIN Walisongo Semarang yang berjumlah 30 mahasiswa. Dilihat berdasarkan hasil dari *Corrected Item- Total Correlation* ada 29 aitem yang dinyatakan valid dan 1 aitem dinyatakan gugur karena nilai $r \geq 0,30$. Aitem yang dinyatakan gugur dalam skala perilaku konsumtif yaitu aitem nomor 29.

Berikut adalah blueprint skala perilaku konsumtif yang akan dijadikan alat ukur dalam penelitian ini.

Tabel 5
Hasil uji coba skala perilaku konsumtif

Aspek	Indikator	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	Jumlah
Pembelian Impulsif (<i>Impulsive Buying</i>)	Membeli produk yang tidak direncanakan sebelumnya	1, 2, 7	3, 4, 7	6
	Mudah terpengaruh	5, 6	9, 10	4
Pemborosan (<i>Wasteful Buying</i>)	Suka menghamburkan uang	11, 17	14, 20	4
	Tidak mempunyai skala prioritas	12, 15, 16	13, 18, 19	6

Pembelian tidak rasional (<i>Non Rational Buying</i>)	Membeli untuk kesenangan, bukan kebutuhan	25, 26	23, 28, 30	5
	Pembelian tanpa berpikir Panjang	21, 22	24, 29	4
Jumlah				29

b) Regulasi Diri

Pengukuran skala regulasi diri untuk uji coba menggunakan aitem berjumlah 30. Responden dalam uji coba penelitian ini adalah mahasiswa dari Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (FISIP) UIN Walisongo Semarang yang berjumlah 30 mahasiswa. Dilihat berdasarkan hasil dari *Corrected Item- Total Correlation* ada 26 aitem yang dinyatakan valid dan 4 aitem dinyatakan gugur karena nilai $r \geq 0,30$. Aitem yang dinyatakan gugur dalam skala perilaku konsumtif yaitu aitem nomor 4, 7, 23, 25.

Berikut adalah blueprint skala regulasi diri yang akan dijadikan alat ukur dalam penelitian ini.

Tabel 6
Hasil uji coba skala regulasi diri

Aspek	Indikator	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	Jumlah
Metakognitif	Memiliki rencana untuk mencapai tujuan	1, 2	5	3

	Mampu menilai dirinya	6	9	2
	Mampu mengendalikan dirinya	3	8, 10	3
Motivasi	Memiliki kepercayaan diri	11, 16, 19	12, 15	5
	Mampu menghadapi tantangan	13, 14, 20	17, 18	5
Perilaku	Mampu mengatur dirinya	21, 27	22, 26	4
	Memilih dan memanfaatkan hal-hal yang mendukung aktivitas	28, 29	24, 30	4
Jumlah				26

c) Gaya Hidup Hedonis

Pengukuran skala gaya hidup hedonis untuk uji coba menggunakan aitem berjumlah 30. Responden dalam uji coba penelitian ini adalah mahasiswa dari Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (FISIP) UIN Walisongo Semarang yang berjumlah 30 mahasiswa. Dilihat berdasarkan hasil dari *Corrected Item- Total Correlation* ada 28 aitem yang dinyatakan valid dan 2 aitem dinyatakan gugur karena nilai $r \geq 0,30$. Aitem yang dinyatakan gugur dalam skala gaya hidup hedonis yaitu aitem nomor 9 & 11.

Berikut adalah blueprint skala regulasi diri yang akan dijadikan alat ukur dalam penelitian ini.

Tabel 7

Hasil uji coba skala gaya hidup hedonis

Aspek	Indikator	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	Jumlah
Aktivitas	Menghabiskan banyak uang untuk kesenangan	5, 7	3, 8	4
	Pembelian berlebihan pada produk fashion.	1, 2	4	3
	Menggunakan lebih banyak waktunya untuk memperhatikan fashion.	6	10	2
Minat	Kesenangan pada produk fashion	12, 17	19, 20	4
	Menaruh perhatian pada produk fashion	13	15, 18	3
	Memprioritaskan fashion.	16	14	2
Opini	Pandangan mengenai fashion sebagai hal penting dalam hidup.	22, 27	24, 28	4
	Memandang produk fashion sebagai sumber kesenangan.	25	29	2
	Memiliki taraf kenikmatan hidup yang tinggi.	21, 26	23, 30	4
Jumlah				28

--	--

2. Reabilitas Alat Ukur

- a. Tabel perolehan reabilitas skala perilaku konsumtif.

Tabel 8

Reabilitas Skala Perilaku Konsumtif

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,948	29

- b. Tabel perolehan reabilitas skala regulasi diri

Tabel 9

Reabilitas Skala Regulasi Diri

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,916	26

- c. Tabel perolehan reabilitas skala gaya hidup hedonis

Tabel 10

Reabilitas Skala Gaya Hidup Hedonis

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,930	28

Berdasarkan hasil uji reabilitas yang dilakukan oleh peneliti, memperoleh hasil *Cronbach's Alpha* untuk skala perilaku konsumtif 0,948. *Cronbach's Alpha* untuk skala regulasi diri 0,916 dan *Cronbach's Alpha*

untuk skala gaya hidup hedonis 0,930. Berdasarkan hasil tersebut maka ketiga variabel tersebut dinyatakan reliabel karena skor koefisien *Cronbach's Alpha* $\geq 0,60$.

I. Teknik Analisis Data

Ada beberapa kegiatan dalam analisis data diantaranya data dikelompokkan berdasarkan variabel dan jenis responden, data distabulasi berdasarkan variabel dari semua responden, disajikan data pada setiap variabel yang diteliti, penghitungan guna menjawab rumusan masalah kemudian dilakukan penghitungan guna menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2019). Data akan dianalisis menggunakan bantuan statistik SPSS 21.0 *for windows* yang kemudian akan diterjemahkan.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Linieritas

Perlu adanya pengujian linieritas guna menunjukkan bahwa masing-masing variabel yang diuji mempunyai hubungan yang linier satu sama lain (Gani & Amalia, 2018). Pengujian akan dilakukan menggunakan bantuan SPSS 21.0 *for windows* dengan menggunakan *Deviation from linearity* dengan taraf signifikansi 0,05. Uji linearitas dikatakan memiliki hubungan yang linear jika mempunyai nilai signifikansi $> 0,05$ atau sama dengan 0,05 (Priyatno, 2010). Apabila tingkat signifikansi $>0,05$ maka terdapat hubungan yang linear antara variabel *dependent* dan *independent*,

sebaliknya apabila tingkat signifikansi $<0,05$ maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel *dependent* dan *independent*.

b. Uji Normalitas

Data harus mempunyai distribusi normal karena populasi diyakini mempunyai distribusi normal, apabila data tidak berdistribusi normal maka dinyatakan data tersebut tidak bisa mencerminkan populasi. Pengujian akan dilakukan menggunakan bantuan SPSS 21.0 *for windows*, pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji kolmogorov-smirnov. Apabila nilai signifikansi $>0,05$ maka data berdistribusi normal, sebaliknya apabila nilai signifikansi lebih $<0,05$ maka data tidak berdistribusi normal (Gani & Amalia, 2018).

c. Uji multikornealitas

Suatu model regresi yang baik harus bebas dari adanya gejala multikornealitas, apabila ada gejala multikornealitas akan menjadi model regresi yang buruk disebabkan karena beberapa variabel akan menghasilkan parameter yang hampir sama sehingga bisa saling mengganggu, maka dari itu diperlukan pengujian multikornealitas. Guna mendeteksi masalah multikornealitas bisa dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), apabila nilai VIF <10 maka tidak ada gejala multikornealitas, sebaliknya apabila

nilai VIF >10 dan nilai *tolerance* $>0,10$ maka terdapat gejala multikolinearitas (Gani & Amalia, 2018).

2. Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan uji hipotesis dengan model analisis regresi linier sederhana, yaitu pengujian berdasar pada hubungan kausal satu variabel independen dan satu variabel dependen (Sugiyono, 2019). Guna melihat adanya pengaruh variabel independen dan dependen merujuk pada tingkat signifikansi. Apabila tingkat signifikansi $< 0,01$ memiliki arti bahwa hipotesis yang diajukan diterima, sedangkan jika nilai signifikansi $> 0,01$ memiliki arti bahwa hipotesis ditolak. Proses perhitungan penelitian ini memakai uji hipotesis analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan bantuan program aplikasi SPSS 21.0 *for windows*

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Subjek

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswi di Fakultas Psikologi dan Kesehatan (FPK) yang berusia 18 – 21 tahun dengan total populasi 783 mahasiswi. Dalam pengambilan sampel menggunakan rumus slovin dengan hasil perhitungan menghasilkan 95 responden. Teknik yang digunakan untuk penentuan pengambilan responden yaitu teknik sampling *purposive sampling* yang mencakup kriteria sebagai berikut :

- 1) Mahasiswi FPK di UIN Walisongo Semarang
- 2) Berusia 18-21 tahun
- 3) Belum memiliki penghasilan sendiri.
- 4) Sering berbelanja produk fashion, minimal tiga bulan sekali.

2. Kategorisasi Variabel Penelitian

Masing-masing penelitian dikategorisasi menggunakan rata-rata dan skor standar deviasi pada setiap variabel, kemudian dikategorikan menjadi 3 kategori yaitu tinggi, sedang dan rendah.

Tabel 11
Data Hasil Penelitian

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
REGULASI DIRI	95	47	90	66,08	8,110
GAYA HIDUP HEDONIS	95	53	99	79,08	8,251

PERILAKU KONSUMTIF	95	68	105	87,12	7,254
Valid N (listwise)	95				

Berdasarkan data diatas bisa diketahui skor dari masing-masing variabel yaitu variabel regulasi diri dengan skor minimum 47, skor maximum 90, mean 66,08 dan standart deviasi 8,110. Selanjutnya pada variabel gaya hidup hedonis dengan skor minimum 53, skor maximum 99, mean 79,08 dan standart deviasi 8,251. Kemudian pada variabel perilaku konsumtif skor minimum 68, skor maximum 105, mean 87,12 dan standart deviasi 7,254. Berdasarkan hasil skor diatas maka variabel-variabel tersebut dapat dikategorisasikan dengan rumus sebagai berikut :

Tabel 12
Rumus kategorisasi variabel regulasi diri

Rumus Interval	Rentang nilai	Kategorisasi skor
$X < (\text{Mean} - 1\text{SD})$	< 61,34	Rendah
$(\text{Mean} - 1\text{SD}) \leq X \leq (\text{Mean} + 1\text{SD})$	61,34 – 75, 66	Sedang
$X \geq (\text{Mean}) + 1\text{SD}$	75,66 <	Tinggi

Berdasarkan rumus kategorisasi variabel regulasi diri diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa hasil kategorisasi regulasi diri pada responden yaitu sebagai berikut :

Tabel 13
Kategorisasi variabel regulasi diri

		Interval			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	25	26,3	26,3	26,3
	Sedang	55	57,9	57,9	84,2
	Tinggi	15	15,8	15,8	100,0
	Total	95	100,0	100,0	

Berikut adalah kategorisasi variabel gaya hidup hedonis :

Tabel 14
Rumus kategorisasi variabel gaya hidup hedonis

Rumus Interval	Rentang nilai	Kategorisasi skor
$X < (\text{Mean} - 1\text{SD})$	$< 68,4$	Rendah
$(\text{Mean} - 1\text{SD}) \leq X \leq (\text{Mean} + 1\text{SD})$	$68,4 - 83,6$	Sedang
$X \geq (\text{Mean}) + 1\text{SD}$	$83,6 <$	Tinggi

Berdasarkan rumus kategorisasi variabel gaya hidup hedonis diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa hasil kategorisasi gaya hidup hedonis pada responden yaitu sebagai berikut :

Tabel 15
Kategorisasi variabel gaya hidup hedonis

		Interval			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	10	10,5	10,5	10,5
	Sedang	59	62,1	62,1	72,6
	Tinggi	26	27,4	27,4	100,0
	Total	95	100,0	100,0	

Berikut adalah kategorisasi variabel perilaku konsumtif :

Tabel 16
Rumus kategorisasi variabel perilaku konsumtif :

Rumus Interval	Rentang nilai	Kategorisasi skor
$X < (\text{Mean} - 1\text{SD})$	< 80,34	Rendah
$(\text{Mean} - 1\text{SD}) \leq X \leq (\text{Mean} + 1\text{SD})$	80,34 – 92,66	Sedang
$X \geq (\text{Mean}) + 1\text{SD}$	92,66 <	Tinggi

Berdasarkan rumus kategorisasi variabel perilaku konsumtif diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa hasil kategorisasi perilaku konsumtif pada responden yaitu sebagai berikut :

Tabel 17
Kategorisasi variabel perilaku konsumtif

		Interval			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	16	16,8	16,8	16,8
	Sedang	54	56,8	56,8	73,7
	Tinggi	25	26,3	26,3	100,0
	Total	95	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel kategorisasi dari masing-masing variabel diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa mahasiswi FPK memiliki tingkat perilaku konsumtif dengan kategori tinggi sebanyak 25 responden (26,3%), tingkat perilaku konsumtif sedang sebanyak 54 responden (56,8%), tingkat perilaku konsumtif rendah sebanyak 16 responden (16,8%) sehingga dapat disimpulkan bahwa subjek dalam penelitian ini kebanyakan memiliki perilaku konsumtif tergolong sedang.

Kemudian pada variabel regulasi diri menunjukkan sebanyak 15 responden (15,8%) mendapat pengaruh yang tinggi, dengan kategori sedang sebanyak 55 responden (57,9%) dan tingkat regulasi diri rendah sebanyak 25 responden (26,3%) sehingga dapat disimpulkan bahwa subjek dalam penelitian ini kebanyakan memiliki regulasi diri tergolong sedang. Selanjutnya pada variabel gaya hidup hedonis sebanyak 26 responden (27,4%) mendapat pengaruh yang tinggi, tingkat gaya hidup hedonis sedang sebanyak 59 (62,1%) dan tingkat gaya hidup hedonis rendah sebanyak 10 responden (10,5%) sehingga dapat disimpulkan bahwa subjek dalam penelitian ini kebanyakan memiliki gaya hidup hedonis tergolong sedang.

B. Hasil Analisis Data

Sebelum melakukan analisis data untuk menguji hipotesis dengan uji regresi linier berganda yaitu uji analisis untuk menyatakan hubungan antar minimal tiga variabel dimana antar masing-masing variabel saling mempengaruhi. Sebelum melakukan uji hipotesis perlu dilakukan uji asumsi terlebih dahulu. Adanya uji asumsi adalah sebagai Langkah awal untuk melakukan uji hipotesis yang berguna untuk mengetahui data yang akan di uji layak untuk dilakukan analisis data atau tidak. Adapun uji asumsi klasik yang digunakan yaitu uji normalitas, uji linieritas dan uji multikolinearitas.

1. Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data dari sampel penelitian berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan teknik uji Kolmogorov-Smirnov dengan bantuan aplikasi SPSS 21.0 for windows.

Tabel 18
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,18555187
Most Extreme Differences	Absolute	,059
	Positive	,059
	Negative	-,053
Kolmogorov-Smirnov Z		,578
Asymp. Sig. (2-tailed)		,893

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan table diatas pada uji One sample kolmogorof-smirnov diketahui bahwa nilai signifikasi sebesar 0,893 yang artinya nilai uji normalitas pada penelitian ini berdistribusi normal karena nilai disignifikasi $0,893 > 0,05$.

b. Uji Linieritas

Perlu adanya pengujian linieritas guna menunjukkan bahwa masing-masing variabel yang diuji mempunyai hubungan yang linier satu

sama lain (Gani & Amalia, 2018). Pengujian dilakukan menggunakan bantuan SPSS 21.0 *for windows* dengan menggunakan *Deviation from linearity* dengan taraf signifikasi 0,05.

Tabel 19
Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Unstandardized Residual * Unstandardized Predicted Value	Between Groups	(Combined)	1498,771	85	17,633	1,072	,499
		Linearity	,000	1	,000	,000	1,000
		Deviation from Linearity	1498,771	84	17,843	1,085	,489
	Within Groups		148,000	9	16,444		
	Total		1646,771	94			

Berdasarkan table diatas dapat diketahui nilai signifikasi *Deviation from Linearity* sebesar $0,489 > 0,05$ yang artinya terdapat hubungan yang linier antara regulasi diri dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif.

c. Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi yang baik harus bebas dari adanya gejala multikornealitas. Pengujian dilakukan menggunakan bantuan SPSS 21.0 *for windows* dengan dilihat dari nilai *Variace Inflation Factor* (VIF).

Tabel 20
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	14,905	5,551		2,685	,009		
	REGULASI DIRI	,307	,054	,344	5,713	,000	1,000	1,000
	GAYA HIDUP HEDONIS	,656	,053	,746	12,406	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Berdasarkan tabel diatas bisa dilihat nilai *tolerance* regulasi diri sebesar $1,000 > 0,10$, artinya tidak terdapat gejala multikolinearitas. Kemudian nilai *tolerance* pada variabel gaya hidup hedonis sebesar $1,000 > 0,10$ yang artinya tidak terdapat gejala multikolinearitas. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas pada kedua variabel independen dalam penelitian ini.

2. Hasil Uji Hipotesis

Dilakukannya pengujian hipotesis bertujuan untuk mengetahui diterima atau ditolaknya hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh regulasi diri terhadap perilaku konsumtif produk fashion pada remaja akhir di FPK UIN Walisongo dan terdapat pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif produk fashion pada remaja akhir di FPK UIN Walisongo.

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Uji regresi linier sederhana dengan bantuan aplikasi SPSS 21.0 *for windows*, ada tiga variabel dalam penelitian ini yaitu regulasi diri (X1), gaya hidup hedonis (X2) dan perilaku konsumtif (Y), berikut adalah hasil dari analisis data dalam penelitian ini :

Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel 21

Uji Regresi Linier Sederhana Regulasi Diri Dan Perilaku Konsumtif

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	544,016	1	544,016	11,494	,001 ^b
Residual	4401,711	93	47,330		
Total	4945,726	94			

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

b. Predictors: (Constant), REGULASI DIRI

Tabel 22

Prediktor Regulasi Diri Dan Perilaku Konsumtif

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,332 ^a	,110	,100	6,87970

a. Predictors: (Constant), REGULASI DIRI

Tabel 23

Model Persamaan Regresi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	67,514	5,825		11,591	,000
	REGULASI DIRI	,297	,087	,332	3,390	,001

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,01$, serta terdapat nilai *R Square* sebesar 0,110 atau 11%. Hal tersebut berarti hipotesis pertama diterima bahwa terdapat pengaruh regulasi diri terhadap perilaku konsumtif. Besaran pengaruh variabel regulasi diri dilihat dari nilai *R Square* sebesar 0.110 atau 11%, sedangkan 89% dipengaruhi oleh variabel lain.

Tabel 24

Uji Regresi Linier Sederhana Gaya Hidup Hedonis Dan Perilaku Konsumtif

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2714,792	1	2714,792	113,170	,000 ^b
1 Residual	2230,935	93	23,989		
Total	4945,726	94			

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

b. Predictors: (Constant), GAYA HIDUP HEDONIS

Tabel 25
Prediktor Gaya Hidup Hedonis Dan Perilaku Konsumtif

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,741 ^a	,549	,544	4,89781

a. Predictors: (Constant), GAYA HIDUP HEDONIS

Tabel 26
Model Persamaan Regresi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	35,606	4,868		7,314	,000
	GAYA HIDUP HEDONIS	,651	,061	,741	10,638	,000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,01$, serta terdapat nilai *R Square* sebesar 0,549 atau 54,9%. Hal tersebut berarti hipotesis kedua diterima bahwa terdapat pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif. Besaran pengaruh variabel gaya hidup hedonis dilihat dari nilai *R Square* sebesar 0.549 atau 54,9%, sedangkan 45,1% dipengaruhi oleh variabel lain.

C. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh regulasi diri terhadap perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif produk *fashion* pada mahasiswi di FPK UIN Walisongo. Pada hipotesis pertama diperoleh nilai signifikansi $0,001 < 0,01$ dan memiliki nilai *R Square* sebesar 0,110 atau 11 %. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen regulasi diri dapat mempengaruhi variabel dependen sebesar 11% sedangkan 89% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain. Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis pertama diterima, yang berarti terdapat pengaruh regulasi diri terhadap perilaku konsumtif produk *fashion* pada mahasiswi di FPK UIN Walisongo.

Hasil yang lebih rinci mengenai regulasi diri dengan perilaku konsumtif digambarkan dengan 3 aspek dari regulasi diri. Pada aspek pertama yaitu metakognitif, data yang mengungkap aspek ini menunjukkan bahwa skor responden memiliki kategori sedang. Hal ini terlihat dari perilaku responden yang kurang memiliki rencana sebelum melakukan pembelian dan kurang mampu membedakan apa yang menjadi kebutuhannya. Perilaku konsumtif bisa dihindari ketika remaja memiliki pengendalian diri yang baik, Remaja kurang memiliki pengendalian diri akan mudah terpengaruh oleh lingkungan atau teman sebayanya. Hal ini sejalan dengan penelitian (Sumaryono, 2008: 55) yang mengatakan bahwa kurangnya kontrol diri yang dimiliki remaja memicu munculnya perilaku pembelian impulsif.

Aspek yang kedua yaitu motivasi, data yang mengungkap aspek ini menunjukkan bahwa skor responden memiliki kategori sedang. Hal ini terlihat dari perilaku responden yang kurang memiliki kepercayaan diri. Kemudian akan mendorong remaja untuk berperilaku konsumtif. Hal ini diperkuat oleh Tiara (dalam Hidayati, 2001: 52) bahwa kecenderungan memiliki suatu produk biasanya terlihat pada orang yang memiliki rasa percaya diri dan harga diri yang rendah.

Aspek yang ketiga yaitu perilaku, data yang mengungkap aspek ini menunjukkan bahwa skor responden memiliki kategori sedang. Hal ini terlihat dari perilaku responden yang belum terlalu mampu mengatur dirinya dalam melakukan pembelian, dalam hal ini yaitu responden cenderung mengikuti teman dalam melakukan pembelian. Hal tersebut sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa remaja yang masih dalam masa transisi mempunyai karakteristik mudah dipengaruhi oleh kelompok teman sebaya (Monks, 2004: 282)

Terjadinya perilaku konsumtif tidak terlepas dari kemampuan regulasi diri yang dimiliki individu. Seorang mahasiswa dengan regulasi diri yang rendah cenderung tidak dapat mengatur dan meregulasi perilakunya ketika mengonsumsi sesuatu dan akan cenderung untuk membeli barang-barang yang diinginkan demi mendapatkan suatu kepuasan sedangkan mahasiswa dengan regulasi diri yang tinggi dapat meregulasi perilakunya dengan baik termasuk ketika mengonsumsi sesuatu, sehingga mahasiswa tersebut hanya akan mengonsumsi barang yang menjadi kebutuhannya

bukan keinginannya dan dapat menghindari pola konsumsi yang berlebih atau perilaku konsumtif (Putri, 2017).

Miller & Brown (dalam Neil & Carey, 2005) menyatakan bahwa seseorang dengan regulasi diri yang tinggi mampu melewati komponen-komponen self-regulation dengan baik, komponen tersebut antara lain *receiving* (menerima informasi yang relevan), *evaluating* (mengevaluasi informasi dan membandingkannya dengan norma-norma), *triggering* (melakukan perubahan), *searching* (mencari pilihan), *formulating* (merumus rencana), *implementing* (melaksanakan rencana), dan *assessing* (menilai efektifitas rencana).

Menurut Hapidoh, dkk (2019) regulasi diri pada mahasiswa diwujudkan dengan perilaku yang terencana, mampu mengevaluasi, mampu menjalankan strategi dan mampu mengatur diri dan lingkungannya untuk berpartisipasi mencapai tujuan. King & Susanto (2006) mengartikan regulasi diri sebagai sebuah penggunaan proses yang dapat mengaktivasi pemikiran, perilaku, dan *affects* (perasaan) yang terus menerus guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hal tersebut mengungkapkan bahwa regulasi diri merupakan proses individu berusaha mencapai tujuan tertentu yang meliputi proses mengatur, merencanakan, mengarahkan dan memonitor perilaku.

Berdasarkan beberapa pernyataan diatas maka perlu adanya regulasi diri dari dalam diri individu untuk bisa mengontrol adanya perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan suatu kecenderungan

mengonsumsi barang secara berlebihan yang tidak ada berbagai pertimbangan yang matang yang mana individu hanya melihat dari sisi kesenangan saja serta mementingkan prioritas dibandingkan kebutuhan (Fryzia, 2014). Menurut Ancok (dalam Pratiknyo, 2008) perilaku konsumtif yaitu kecenderungan individu untuk mengonsumsi tidak terbatas, lebih mengutamakan faktor emosi dibanding dengan faktor rasionalnya atau lebih mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin tinggi regulasi diri maka semakin rendah perilaku konsumtif. Sehingga diharapkan bagi mahasiswa untuk dapat meningkatkan regulasi dirinya dan menurunkan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan aktivitas individu atau konsumen untuk memperoleh, mengonsumsi dan memutuskan untuk membeli barang tanpa adanya pertimbangan yang matang, lebih mengutamakan kesenangan dan keinginan melainkan bukan karena kebutuhan ataupun prioritas utamanya.

Dengan adanya regulasi diri individu akan mampu untuk mengelola dan mengevaluasi informasi yang diterima dengan baik khususnya terkait suatu produk fashion sesuai dengan kebutuhan atau tidak, sehingga individu dapat memutuskan untuk berbelanja sesuai dengan kebutuhan, tidak akan mudah tergoda dengan diskon atau promosi yang ada dan kemudian individu akan menjalankan sesuai yang telah direncanakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Nur (2018) memperoleh hasil bahwa regulasi diri terbukti memiliki peran yang signifikan terhadap perilaku

konsumtif. Penelitian lain yang dilakukan oleh Putri (2017) juga memperoleh hasil ada hubungan antara regulasi diri dengan perilaku konsumtif. Menurut Fromm (dalam Stanton, 1985) menerangkan bahwa manusia memiliki rasa puas yang selalu meningkat dan tidak bisa berhenti pada satu titik saja, itulah sebabnya manusia selalu ingin lebih dalam mengonsumsi sesuatu untuk memenuhi rasa puasnya.

Hipotesis kedua diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,01$ dan memiliki nilai R Square sebesar 0,547 atau 54,7 %. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen dapat memprediksi variabel dependen sebesar 54,7% dan sebanyak 45,3 % dipengaruhi oleh variabel lain. Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis kedua diterima, yang berarti terdapat pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif produk fashion pada mahasiswa di FPK UIN Walisongo.

Hasil yang lebih rinci mengenai gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif digambarkan dengan 3 aspek dari gaya hidup hedonis. Pada aspek pertama yaitu aktivitas, data yang mengungkap aspek ini menunjukkan bahwa skor responden memiliki kategori sedang. Hal ini terlihat dari perilaku responden yang lebih banyak menghabiskan uang untuk kesenangan dan banyak menghabiskan waktu untuk memperhatikan *fashion*. Hal ini sejalan dengan penelitian Hariyono (2015) yang menunjukkan bahwa gaya hidup akan mempengaruhi kesenangan, kebutuhan dan perilaku membeli individu.

Aspek yang kedua yaitu minat, data yang mengungkap aspek ini menunjukkan bahwa skor responden memiliki kategori sedang. Hal ini terlihat dari perilaku responden yang lebih banyak menaruh perhatiannya pada produk *fashion*. Dengan lebih banyak menaruh perhatian pada produk *fashion* menjadikan perubahan pada gaya hidupnya. Sejalan dengan pendapat Hawkins (2007) yang mengatakan gaya hidup juga seringkali dijadikan motivasi dasar dan pedoman dalam membeli sesuatu.

Aspek yang ketiga yaitu opini, data yang mengungkap aspek ini menunjukkan bahwa skor responden memiliki kategori sedang. Hal ini terlihat dari perilaku responden yang menganggap dengan membeli produk *fashion* adalah hal yang penting dalam hidupnya. Pada dasarnya individu ingin selalu tampil cantik dimanapun dan akan mengusahakan agar individu bisa selalu tampil cantik. Sejalan dengan pendapat Fitria & Sukma (2013) bagi remaja yang tidak puas dengan bentuk tubuh yang dimiliki maka mereka akan mempercantik diri dengan membeli pakaian dan alat-alat kecantikan yang dapat menonjolkan bentuk fisik yang dianggap menarik.

Pada era milenial saat ini muncul anggapan bahwa remaja *modern* harus berpenampilan kekinian, modis, *trendy*, agar bisa mewujudkan hal tersebut remaja bersaing untuk mengikuti perkembangan *fashion* terbaru dan tidak minim para remaja yang akan mencari cara manapun agar bisa tercapai (Hidayat, 2017). Hal tersebut tentunya dapat mengakibatkan remaja terjebak ke dalam gaya hidup hedonis. Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup dimana tujuan dari aktivitasnya untuk memperoleh kesenangan

hidup, salah satunya dengan melakukan pembelian yang berdasar dari pemikiran yang subjektif atau melakukan pembelian secara emosional. Saat ini manusia disajikan kenikmatan untuk memenuhi kesenangan hidupnya salah satunya dengan semakin mudahnya manusia dalam berbelanja produk fashion, telah disediakan berbagai macam cara untuk berbelanja baik secara online maupun berkunjung langsung ke tempat penjualan

Menurut (Suprana, 2003) gaya hidup hedonis adalah gaya hidup yang dalam aktivitasnya bertujuan untuk melakukan kesenangan, misalnya dengan lebih banyak bermain, senang menghabiskan waktu diluar rumah dan sering membelanjakan uang untuk barang-barang mahal guna menuruti hasrat kesenangan saja dan ingin menjadi sorotan. Nadzir dan Ingarianti (2015) juga berpendapat mengenai gaya hidup hedonis yaitu sebuah pola hidup manusia dalam mengerjakan kehidupannya dengan memburu kesenangan hidup, suka berbelanja barang yang tidak diperlukan, bersenang-senang dengan teman dengan menghabiskan waktu di luar rumah, dan ingin selalu menjadi pusat perhatian di lingkungan sekitar.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa gaya hidup merupakan pola hidup yang aktivitasnya ditujukan untuk memburu kesenangan, misalnya keluar rumah, sering berbelanja ke *mall* untuk membeli barang-barang mahal demi memenuhi hasrat kesenangan saja, sering menghabiskan waktu dengan teman, senang menjadi pusat perhatian. Dengan adanya gaya hidup hedonis individu akan melakukan apapun untuk kesenangannya, salah satunya dengan berbelanja. Demi untuk menjadi sorotan semua orang individu akan

berbelanja barang yang sebenarnya bukan menjadi kebutuhannya melainkan hanya untuk memenuhi hasrat kesenangan semata. Hal tersebut dapat memunculkan perilaku konsumtif pada diri individu, menurut Sabirin (2005) perilaku konsumtif merupakan keinginan individu untuk mengonsumsi produk atau barang yang kurang dibutuhkan secara berlebihan demi mencapai kepuasan atau kesenangan yang maksimal.

Beberapa faktor yang menjadikan mahasiswa memiliki gaya hidup hedonis yaitu keinginan untuk selalu mengikuti trend baru, adanya pengaruh lingkungan atau teman sebaya, pemuas keinginan, untuk menunjang status social, dll. Compton (dalam Naimah & Tanireja, 2017) berpendapat bahwa masing-masing individu mempunyai cara yang berbeda-beda dalam memperoleh kebahagiaannya sesuai dengan budayanya. Menurut Susanto (Trimartati, 2014) mahasiswa dengan kecenderungan gaya hidup hedonis, biasanya berusaha untuk memenuhi status sosial, melalui gaya hidup yang tercermin dengan simbol-simbol tertentu, misalnya seperti merk yang dipakai dalam kehidupan sehari-hari dan sesuatu yang berhubungan serta dapat menunjukkan tingkat status sosial yang tinggi. Sehingga diharapkan bagi mahasiswa untuk menurunkan gaya hidup hedonisnya agar terhindar dari perilaku konsumtif.

Penelitian yang dilakukan oleh Ramdhani (2020) memperoleh hasil bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif pada komunitas mobil di Yogyakarta, yang berarti semakin tinggi gaya hidup hedonis maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya,

sebaliknya semakin rendah gaya hidup hedonis maka semakin rendah pula perilaku konsumtifnya. Penelitian lain juga memperoleh hasil yang sama, penelitian yang dilakukan oleh patricia dan handayani menghasilkan bahwa terdapat pengaruh positif gaya hidup hedonis secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Pramugari Maskapai Penerbangan “X”. Hal tersebut berarti semakin tinggi gaya hidup hedonis maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif pada Pramugari Maskapai Penerbangan “X” (Patricia, Handayani, 2014).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara regulasi diri terhadap perilaku konsumtif produk *fashion* pada mahasiswi FPK UIN Walisongo Semarang.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif produk *fashion* pada mahasiswi FPK UIN Walisongo Semarang.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi mahasiswi

Diharapkan bagi mahasiswi yang memiliki perilaku konsumtif yang tergolong sedang untuk mengurangi perilaku konsumtif yang dimiliki, meningkatkan regulasi diri dan menurunkan gaya hidup hedonis.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan lebih memperluas referensi dan menambah variabel lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif seperti pengaruh teman sebaya, kelas sosial, keadaan ekonomi, daya tarik iklan, keluarga, sikap dsb. Serta dapat mengganti atau memperluas kembali subjek atau lokasi penelitian supaya cakupan yang diteliti lebih luas.

Keterbatasan dalam penelitian ini ada pada sumber referensi dari aspek perilaku konsumtif yang kurang *up to date* dan pemilihan variabel independent regulasi diri yang memberikan pengaruh sedikit terhadap variabel Y. Sehingga dari keterbatasan penelitian ini untuk peneliti selanjutnya agar dapat mengambil sumber yang terkini dan memilih variabel lain untuk diteliti.

REFERENSI

- Anindyajati, P. D. (2013). Status identitas remaja akhir: Hubungannya dengan gaya pengasuhan orangtua dan tingkat kenakalan remaja. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 1(2).
- Anggreini, R., & Mariyanti, S. (2014). Hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 12(01), 126664.
- Anggraini, I. (2019). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping pada Wanita Usia Dewasa Awal.
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131-140.
- Azwar, S. (2001). *Validitas dan Reabilitas*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Belajar (Anggota IKAPI).
- Baumeister, R. F., & Vohs, K. D. (2004). *Handbook of self-regulation: Research, theory, and applications*. The Guilford Press
- Cahyani, B., Alsa, A., Ramdhani, N., & Khalili, F. (2019). The role of classroom management and mastery goal orientation towards student's self-regulation in learning Mathematics. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 4(2), 117-128.
- Chrisnawati, D., & Sri, M. A. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian. *Jurnal Spirits*, 2(1).
- Fajarini, F., & Khaerani, N. M. (2014). Kelekatan aman, religiusitas, dan kematangan emosi pada remaja. *Jurnal psikologi integratif*, 2(1).
- Fajrina, A., & Hartati, S. (2014). Hubungan Antara Semangat Kerja Dengan Regulasi Diri Pada Perawat Rumah Sakit Jiwa Dr Amino Gondohutomo Semarang. *Semarang: Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro*.
- Fatimah, S. (2013). *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswi Di Surakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

- Fitria, A., & Sukma, D. (2013). KONSELOR | Jurnal Ilmiah Konseling. *Jurnal Ilmiah Konseling*, 2(September), 202–207.
- Friedman, H. S., & Schustack, M. W. (2011). *Personality: Classic Theories and Modern Research*. Pearson International edition
- Gani, Irwan & Amalia, Siti. (2018). *Alat Analisis Data*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Hapidoh, S., Bukhori, B., & Sessiani, L. A. (2019). The effect of self-regulation and peer attachment on adversity quotient in Quran reciter students. *Psikologika : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 24(2), 167–180.
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2016). Hubungan konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi. *Jurnal Psikologi*, 11(1), 5-11.
- Hariyono, P. (2015). Hubungan gaya hidup dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 5 Samarinda. *eJournal Psikologi*, 3(2), 569- 578.
- Hidayati, N. K. 2001. Hubungan Antara Harga Diri dan Kolektivitas Dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja. Skripsi (tidak diterbitkan)
- Husna, A. N., & FRIEDA NRH, F. N. (2017). Regulasi diri mahasiswa berprestasi. *Jurnal Psikologi Universitas Diponegoro*.
- Hurlock, Elizabeth B. (1997). *Perkembangan Anak Jilid I (edisi ke enam)*. Jakarta : Erlangga.
- Hurlock, E. B. (1980). *Psikologi Perkembangan (Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan)* Edisi 5. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Kaur, M. S. (2015). Women and Consumeirsm (Impulsive Buying). *Indian Journal of Research* 4 (3) , 6-8
- Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2018). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi. *Al-Qalb: Jurnal Psikologi Islam*, 9(2), 130-139.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2).
- Lina., & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku konsumtif berdasarkan locus of control pada

- remaja putri. *Psikologika: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 2(4), 5-13.
- Monks, F.J., Knoers, A.M.P. dan Haditono, S.A. 1995. Psikologi Perkembangan. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nadzir, M., & Ingarianti, T. M. (2015, November). Psychological meaning of money dengan gaya hidup hedonis remaja di kota Malang. In *Psychologi Forum UMM (1998)* (pp. 978-79).
- Na'imah, T., & Tanireja, T. (2017). Student well-being pada remaja Jawa. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 2(1), 1-11.
- Nastasia, K., & Kurniawan, H. (2020). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Gaya Hidup Hedonisme Remaja Di Kafe Kota Padang. *Psyche 165 Journal*, 13(1), 1-9.
- Neil, Dan J., & Carey, Kate B. (2005). A Follow-Up Psychometric Analysis of the Self-Regulation Questionnaire. *Journal of Psychology Addictive Behavior*. 414-422
- Nisak, K. (2014). Perbedaan Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa Psikologi Yang Tinggal Di Kos Dan Tinggal Di Rumah Orangtua (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Sarif Kasim Riau).
- Nugroho, R. W. (2019). *Pengaruh Regulasi Diri Terhadap Ego Depletion Pada Mahasiswa* (Doctoral dissertation, UNNES).
- Patricia, N. L., & Handayani, S. (2014). Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada pramugari maskapai penerbangan "X". *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 12(01), 127078.
- Pisani, L. (2017). Hubungan Antara Regulasi Diri dengan Kecenderungan Pembelian Impulsif pada Remaja Akhir Terhadap Produk Barang. *Skripsi Program Studi Psikologi Jurusan Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*.
- Przybylski AK, Murayama K, DeHaan CR, Gladwell V. (2013). Motivational, Emotional, And Behavioral Correlates of Fear of Missing Out. *Computers in Human Behavior*.
- Putra, J. (2018). Peran Syukur sebagai Moderator Pengaruh Perbandingan Sosial

- terhadap Self-esteem pada Remaja Pengguna Media Sosial. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(2), 197-210.
- Putri, D. H. (2017). *Hubungan Antara Konformitas Kelompok Teman Sebaya Dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Akhir* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).
- Putri, I. W. (2017). *Hubungan Self-Regulation Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).
- Rosyid, Lina dan Rosyid, L. dan. (1997). P. K. B. L. of C. pada R. P. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasar Locus of Control pada Remaja. *Psikologika*, 5–13
- Sabirin, E. 2005. Kenapa Kita Doyan Belanja. <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0508/26/muda/2000305.htm> diakses 29 Mei 2022
- Stanton, William.J. (1985). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan*. Bandung: Alfabeta
- Sumaryono, dkk. 2008. “Pembelian Impulsif Ditinjau dari Kontrol Diri dan Jenis Kelamin Pada Remaja”. *Psikologi Proyeksi*. Volume 3, No 1, 46-57
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Suminar, E., & Meiyuntari, T. (2015). Konsep diri, konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 4(02).
- Sipunga, P. N., & Muhammad, A. H. (2014). Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja Di Tinjau Dari Pendapatan Orang Tua Pada Siswa-Siswi SMA Kesatrian 2 Semarang. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 3(1).
- Ulfah, T. A. (2011). Gaya hidup hedonis pada mahasiswa yang mengunjungi tempat hiburan malam ditinjau dari motif afiliasi. *Jurnal Fakultas Psikologi Universitas Semarang*, 286-296.
- Utami, F. A. & Sumaryono. (2008). *Pembelian Impulsif Ditinjau Dari Kontrol Diri dan Jenis Kelamin Pada Remaja*. *Jurnal Psikologi Proyeksi* Volume 3, Februari 2008.
- Winarsunu, Tulus. (2015). *Statistik Dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*. Malang: UMM Pres.

- Woolfolk, A. (2009). *Educational psychology; active learning edition*. Alih bahasa: Prajitno H, Mulyantini S, Soetjipto. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- YULISTARA, A. Ini Sebabnya Wanita Lebih Suka Belanja Ketimbang Pria. *Retrieved mei*, 2013, 30: 2015.
- Yuliansyah, R. (2018). Hubungan Antara Regulasi Diri dan Dukungan Sosial dengan Kecemasan Menghadapi Dunia Kerja pada Mahasiswa Tingkat Akhir Fakultas Psikologi dan Fakultas Teknologi Industri *UNISSULA* (Doctoral dissertation, Fakultas Psikologi UNISSULA).
- Zimmerman, B. J. & Schunk, D.H. (2004). Self regulating intellectual processes and outcomes: A social cognitive perspective. In D. Y. Dai & R. J. Sternberg (Eds.), *Motivation, emotion, and cognition: Integrative perspective on intellectual functioning and development* (pp. 523–549). Mahwah, NJ: Erlbaum Associate Publishers.
- Zuriah, Nurul. (2009). *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.

LAMPIRAN 1
SKALA PERILAKU KONSUMTIF

No.	Aspek	Indikator	Aitem	
			Favorable	Unfavorable
1.	Pembelian Impulsif (<i>Impulsive Buying</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Membeli produk yang tidak direncanakan sebelumnya - Mudah terpengaruh 	<p>1. Saat melihat produk <i>fashion</i> yang bagus saya membelinya meskipun tidak berniat membeli sebelumnya.</p> <p>2. Saat melihat produk <i>fashion</i> yang bagus saya seketika langsung membelinya supaya tidak kehabisan</p> <p>5. Saya tidak bisa menahan keinginan untuk membeli produk <i>fashion</i> yang saya suka</p> <p>6. Saat melihat produk <i>fashion</i> yang sedang <i>trend</i> saya harus membelinya</p> <p>7. Saya sering membeli produk <i>fashion</i> secara tiba-tiba.</p>	<p>3. Saya menahan diri untuk tidak membeli produk <i>fashion</i> diluar rencana.</p> <p>4. Saat tertarik dengan produk <i>fashion</i>, saya tidak harus membelinya saat itu juga.</p> <p>8. Saya tidak terburu-buru untuk membeli produk <i>fashion</i> yang saya suka</p> <p>9. Saya tidak harus membeli produk <i>fashion</i> yang sedang <i>trend</i></p> <p>10. Saya membeli produk <i>fashion</i> dengan penuh pertimbangan</p>
2.	Pemborosan (<i>Wasteful Buying</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Suka menghamburkan uang - Tidak mempunyai skala prioritas 	<p>11. Bagi saya mengoleksi produk <i>fashion</i> adalah hal yang wajar</p> <p>12. Saat tertarik dengan produk <i>fashion</i>, saya langsung membelinya tanpa memperhitungkan harga.</p> <p>15. Jika ada produk <i>fashion</i> yang sedang diskon saya langsung membelinya.</p>	<p>13. Saya membeli produk <i>fashion</i> sesuai kebutuhan.</p> <p>14. Saya memperhitungkan jumlah uang yang saya keluarkan untuk membeli produk <i>fashion</i>.</p> <p>18. Saya lebih mengutamakan kebutuhan dasar daripada membeli</p>

			<p>16. Saat tertarik dengan produk fashion saya membelinya meskipun uang saya terbatas.</p> <p>17. Saya rela mengeluarkan banyak uang untuk membeli produk <i>fashion</i> yang saya senangi.</p>	<p>produk yang sedang diskon.</p> <p>19. Saya mempertimbangkan seberapa penting suatu barang sebelum saya membelinya.</p> <p>20. Saya memilih untuk menabung daripada harus membeli produk <i>fashion</i> yang sedang <i>trend</i>.</p>
3.	Pembelian tidak rasional (<i>Non Rational Buying</i>)	<p>- Membeli untuk kesenangan, bukan kebutuhan</p> <p>- Pembelian tanpa berpikir panjang.</p>	<p>21. Keinginan saya untuk membeli produk <i>fashion</i> meningkat saat ada <i>flash sale</i></p> <p>22. Saat ada produk <i>fashion</i> keluaran terbaru saya membelinya meskipun sudah punya yang serupa.</p> <p>25. Saya merasa puas setelah melakukan pembelian produk <i>fashion</i>, walaupun tidak benar-benar saya butuhkan.</p> <p>26. Saya ingin memiliki banyak koleksi produk <i>fashion</i>.</p> <p>27. Terkadang produk <i>fashion</i> yang saya beli tidak terpakai.</p>	<p>23. Saya merasa cukup dengan produk <i>fashion</i> yang saya punya saat ini.</p> <p>24. Saat ada keluaran produk <i>fashion</i> terbaru saya tidak harus membelinya.</p> <p>28. Kepuasan utama saya bukan berasal dari pembelian produk <i>fashion</i></p> <p>29. Saya melakukan proses berfikir panjang ketika membeli produk <i>fashion</i></p> <p>30. Saya lebih mengutamakan kebutuhan sehari-hari daripada harus membeli produk <i>fashion</i>.</p>

LAMPIRAN 2

SKALA REGULASI DIRI

No.	Aspek	Indikator	Aitem	
			Favorable	Unfavorable
1.	Metakognitif	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki rencana untuk mencapai tujuan - Mampu menilai dirinya - Mampu mengendalikan dirinya 	<p>1. Saya merencanakan apa yang akan di beli dengan hati-hati.</p> <p>2. Saya merencanakan hanya membeli produk <i>fashion</i> yang di butuhkan</p> <p>3. Saat tertarik dengan produk <i>fashion</i> saya menahan diri untuk tidak membelinya</p> <p>6. Saya mampu membedakan apa yang wajib dan tidak wajib saya miliki.</p> <p>7. Saya tidak melakukan pembenaran saat menyadari telah berperilaku konsumtif.</p>	<p>4. Saya memutuskan melakukan pembelian saat sudah di tempat perbelanjaan agar saya lebih leluasa untuk memilih.</p> <p>5. Saat saya tertarik dengan produk <i>fashion</i> saya langsung membelinya karena kebahagiaan saya adalah yang utama.</p> <p>8. Saya tidak mampu menahan diri untuk tidak membeli produk <i>fashion</i> yang saya suka.</p> <p>9. Saya merasa lebih menarik ketika memakai produk <i>fashion</i> yang sedang <i>trend</i>.</p> <p>10. Saya merasa kurang bisa mengontrol pengaruh perasaan ketika membeli produk <i>fashion</i>.</p>
2.	Motivasi	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki kepercayaan diri - Mampu menghadapi tantangan 	<p>11. Saya mampu tampil percaya diri dengan <i>fashion</i> yang saya kenakan.</p> <p>12. Saya tidak takut jika dianggap ketinggalan jaman saat tidak menggunakan produk <i>fashion</i> yang sedang <i>trend</i>.</p>	<p>13. Saya malu dengan <i>fashion</i> yang saya kenakan.</p> <p>14. Saya merasa lebih percaya diri saat mengikuti <i>trend</i> dalam berpakaian.</p> <p>17. Saya membeli produk <i>fashion</i> yang saya suka karena saya</p>

			<p>15. Saya mempunyai tekad dalam melakukan pembelian harus sesuai kebutuhan.</p> <p>16. Saya tidak mudah tergiur dengan diskon produk <i>fashion</i> yang ditawarkan pada saya.</p> <p>19. Saya mampu meyakinkan diri bahwa produk <i>fashion</i> yang saya miliki sudah cukup.</p>	<p>berfikir kesenangan saya adalah yang utama.</p> <p>18. Saya punya dorongan kuat untuk membeli produk <i>fashion</i> yang sedang diskon.</p> <p>20. Saya merasa bahwa produk <i>fashion</i> yang saya miliki masih kurang.</p>
3.	Perilaku	<ul style="list-style-type: none"> - Mampu mengatur dirinya - Memilih dan memanfaatkan hal-hal yang mendukung aktivitas 	<p>21. Saya memilah-milah apa saja yang menjadi kebutuhan saya.</p> <p>22. Saya lebih baik membeli produk <i>fashion</i> yang bermanfaat daripada yang menarik.</p> <p>25. Saya mendengarkan saat teman saya memberikan nasihat mengenai cara supaya tidak konsumtif.</p> <p>26. Saya hanya akan mengeluarkan uang untuk membeli produk <i>fashion</i> sesuai perencanaan.</p> <p>27. Saya membuat perencanaan kapan saya harus membeli produk <i>fashion</i></p>	<p>23. Saya masih bingung dengan prioritas kebutuhan saya</p> <p>24. Saya sering membeli produk <i>fashion</i> tanpa saya sadari kegunaannya.</p> <p>28. Saya selalu mencari alasan untuk membenarkan pembelian produk <i>fashion</i>.</p> <p>29. Saya malas mendengarkan nasihat orangtua untuk tidak sering membeli produk <i>fashion</i>, karena saya merasa orang tua tidak tau apa yang saya inginkan.</p> <p>30. Saat sudah melakukan rencana pembelian saya sering membeli barang diluar rencana.</p>

LAMPIRAN 3

SKALA GAYA HIDUP HEDONIS

No.	Aspek	Indikator	Aitem	
			Favorable	Unfavorable
1.	Aktivitas	<ul style="list-style-type: none"> - Menghabiskan banyak uang untuk kesenangan - Pembelian berlebihan pada produk fashion. - Menggunakan lebih banyak waktunya untuk memperhatikan fashion. 	<p>1. Saya membeli produk <i>fashion</i> berorientasi pada merek terkenal.</p> <p>2. Saya membeli produk <i>fashion</i> di toko yang terkenal.</p> <p>5. Saya tidak terlalu memikirkan berapa banyak uang yang saya keluarkan untuk membeli produk <i>fashion</i>.</p> <p>6. Saya banyak menghabiskan waktu untuk <i>stalking influencer</i> yang memiliki selera <i>fashion</i> tinggi.</p> <p>7. Saya membeli produk <i>fashion</i> yang direkomendasikan <i>influencer</i> yang saya suka, meskipun harus mengeluarkan banyak uang.</p>	<p>3. Saya membeli produk <i>fashion</i> berdasarkan kegunaan.</p> <p>4. Saya tidak masalah membeli produk <i>fashion</i> dimanapun.</p> <p>8. Saya kurang suka menghamburkan uang untuk membeli produk <i>fashion</i></p> <p>9. Saya hampir tidak ada waktu memperhatikan <i>fashion</i>.</p> <p>10. Saya tidak masalah membeli produk <i>fashion</i> dengan merk apapun.</p>
2.	Minat	<ul style="list-style-type: none"> - Kesenangan pada produk fashion - Menaruh perhatian pada produk fashion - Memprioritaskan fashion. 	<p>11. Saya tidak keberatan membeli produk fashion dengan harga mahal karena saya menyukainya.</p> <p>12. Saya mengoleksi produk <i>fashion</i> dari <i>brand</i> tertentu.</p>	<p>14. Saya berfikir dulu dalam membeli walaupun saya menyukai barang tersebut.</p> <p>15. Saya kurang memperhatikan merek <i>fashion</i>.</p>

			<p>13. Saya mengikuti info perkembangan <i>fashion</i>.</p> <p>16. Saya tidak mau ketinggalan <i>trend fashion</i> terbaru.</p> <p>17. Saya rela mengumpulkan uang untuk membeli produk <i>fashion</i> dari <i>brand</i> ternama.</p>	<p>18. Saya kurang tau mengenai <i>fashion</i> yang <i>up to date</i>.</p> <p>19. Saya mengutamakan kenyamanan dalam masalah <i>fashion</i>.</p> <p>20. Saya tidak mudah tergiur dengan <i>trend fashion</i> terbaru.</p>
3.	Opini	<p>- Pandangan mengenai <i>fashion</i> sebagai hal penting dalam hidup.</p> <p>- Memandang produk <i>fashion</i> sebagai sumber kesenangan.</p> <p>- Memiliki taraf kenikmatan hidup yang tinggi.</p>	<p>21. Saya merasa harus hidup dengan mewah</p> <p>22. Saya merasa akan dijauhi teman saat saya tidak mempunyai produk <i>fashion</i> yang bermerk.</p> <p>25. Saya merasa senang saat bisa membeli produk <i>fashion</i> sepuasnya.</p> <p>26. Menurut saya dunia ini harus dinikmati dengan bersenang-senang.</p> <p>27. Saya berfikir tidak masalah berbelanja produk <i>fashion</i> sepuasnya karena itulah cara saya menikmati hidup.</p>	<p>23. Saya berfikir kenikmatan di dunia hanya sementara</p> <p>24. Saya berfikir <i>fashion</i> bukan hal yang utama</p> <p>28. Saya tidak masalah jika dijauhi teman-teman karena hidup sederhana.</p> <p>29. Saya berfikir kesenangan bukan bersumber dari <i>fashion</i> saja.</p> <p>30. Saya berfikir bahwa kehidupan dunia hanya sementara dan semua yang saya punya hanya titipan Tuhan.</p>

LAMPIRAN 4
HASIL UJI VALIDITAS DAN REABILITAS

1. SKALA PERILAKU KONSUMTIF

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,948	29

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	60,20	226,234	,546	,947
Y2	60,33	227,402	,387	,948
Y3	60,13	221,292	,534	,947
Y4	60,27	221,237	,607	,946
Y5	60,03	219,137	,698	,945
Y6	60,53	216,464	,811	,944
Y7	59,97	216,378	,680	,945
Y8	59,97	221,551	,602	,946
Y9	60,13	217,499	,694	,945
Y10	60,37	216,033	,652	,946
Y11	59,37	223,275	,425	,948
Y12	60,43	219,220	,668	,945
Y13	59,90	223,334	,501	,947

Y14	60,03	220,033	,465	,948
Y15	59,90	225,128	,539	,947
Y16	60,43	218,461	,703	,945
Y17	60,13	221,982	,479	,947
Y18	60,00	218,690	,570	,946
Y19	60,07	218,340	,706	,945
Y20	59,80	216,855	,697	,945
Y21	59,57	221,082	,458	,948
Y22	60,70	221,390	,607	,946
Y23	59,70	210,769	,797	,944
Y24	60,17	212,833	,828	,944
Y25	59,97	221,068	,522	,947
Y26	59,33	220,161	,466	,948
Y27	59,87	222,051	,520	,947
Y28	60,20	216,166	,678	,945
Y29	60,10	214,438	,852	,944

2. SKALA REGULASI DIRI

Case Processing Summary

		N	%
Valid		30	100,0
Cases Excluded ^a		0	,0
Total		30	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,916	26

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	68,97	160,102	,655	,911

X1.2	69,10	168,300	,394	,915
X1.3	69,30	165,390	,548	,913
X1.4	69,17	163,385	,581	,912
X1.5	69,03	167,895	,334	,917
X1.6	69,13	164,533	,537	,913
X1.7	69,13	158,809	,681	,910
X1.8	69,37	162,033	,670	,911
X1.9	69,13	169,913	,310	,916
X1.10	69,03	163,344	,500	,914
X1.11	68,83	167,592	,455	,914
X1.12	69,00	161,379	,589	,912
X1.13	69,13	164,602	,508	,913
X1.14	69,47	166,189	,469	,914
X1.15	69,43	164,875	,442	,915
X1.16	69,43	161,495	,658	,911
X1.17	69,33	166,299	,568	,913
X1.18	69,53	163,154	,584	,912
X1.19	69,00	160,069	,644	,911
X1.20	69,20	164,510	,616	,912
X1.21	69,00	167,862	,398	,915
X1.22	69,30	164,010	,528	,913
X1.23	69,40	168,662	,356	,916
X1.24	69,50	164,121	,455	,915
X1.25	68,87	162,051	,588	,912
X1.26	69,37	166,792	,501	,913

3. SKALA GAYA HIDUP HEDONIS

Case Processing Summary

		N	%
	Valid	30	100,0
Cases	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,930	28

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	57,03	199,275	,448	,929
X2.2	56,77	201,909	,365	,930
X2.3	56,73	194,478	,610	,927
X2.4	56,80	192,993	,579	,927
X2.5	57,00	201,655	,308	,931
X2.6	57,00	193,793	,615	,927
X2.7	57,30	192,286	,684	,926
X2.8	56,53	200,602	,349	,930
X2.9	56,60	194,110	,668	,926
X2.10	57,03	195,344	,539	,928
X2.11	56,70	198,562	,481	,929
X2.12	56,77	189,357	,771	,925
X2.13	56,33	194,644	,609	,927
X2.14	57,10	193,403	,691	,926
X2.15	57,03	199,620	,498	,928
X2.16	56,33	195,816	,531	,928
X2.17	57,00	193,517	,598	,927
X2.18	56,53	199,016	,440	,929
X2.19	57,40	194,869	,710	,926
X2.20	57,23	193,978	,624	,927
X2.21	57,00	194,414	,562	,928
X2.22	56,63	198,585	,338	,931
X2.23	56,57	197,564	,399	,930
X2.24	56,80	195,200	,517	,928
X2.25	57,03	196,033	,566	,928
X2.26	56,77	193,013	,651	,926
X2.27	56,93	189,444	,705	,925
X2.28	57,13	193,637	,555	,928

LAMPIRAN 5
PERHITUNGAN KATEGORISASI SKOR SKALA PENELITIAN

1. Perhitungan Kategorisasi Skor Skala Perilaku Konsumtif

$$N = 95$$

$$X_{\max} = 105$$

$$X_{\min} = 68$$

$$\text{Range} = X_{\max} - X_{\min} = 105 - 68 = 37$$

$$\text{Mean} = (X_{\max} + X_{\min}) : 2 = (105 + 68) : 2 = (173) : 2 = 86,5$$

$$\text{SD} = \text{Range} : 6 = 37 : 6 = 6,16$$

Kategorisasi skor	Rumus Interval
Rendah	$X < (\text{Mean} - 1\text{SD})$ $X < (86,5 - 6,16)$ $X < 80,34$
Sedang	$(\text{Mean} - 1\text{SD}) \leq X \leq (\text{Mean} + 1\text{SD})$ $(86,5 - 6,16) \leq X \leq (86,5 + 6,16)$ $80,34 \leq X \leq 92,66$
Tinggi	$X \geq (\text{Mean}) + 1\text{SD}$ $X \geq (86,5 + 6,16)$ $X \geq 92,66$

2. Perhitungan Kategorisasi Skor Skala Regulasi Diri

$$N = 95$$

$$X_{\max} = 90$$

$$X_{\min} = 47$$

$$\text{Range} = X_{\max} - X_{\min} = 90 - 47 = 43$$

$$\text{Mean} = (\text{Xmax} + \text{Xmin}) : 2 = (90 + 47) : 2 = (137) : 2 = 68,5$$

$$\text{SD} = \text{Range} : 6 = 43 : 6 = 7,16$$

Kategorisasi skor	Rumus Interval
Rendah	$X < (\text{Mean} - 1\text{SD})$ $X < (68,5 - 7,16)$ $X < 61,34$
Sedang	$(\text{Mean} - 1\text{SD}) \leq X \leq (\text{Mean} + 1\text{SD})$ $(68,5 - 7,16) \leq X \leq (68,5 + 7,16)$ $61,34 \leq X \leq 75,66$
Tinggi	$X \geq (\text{Mean}) + 1\text{SD}$ $X \geq (68,5 + 7,16)$ $X \geq 75,66$

3. Perhitungan Kategorisasi Skor Skala Gaya Hidup Hedonis

$$N = 95$$

$$\text{Xmax} = 99$$

$$\text{Xmin} = 53$$

$$\text{Range} = \text{Xmax} - \text{Xmin} = 99 - 53 = 46$$

$$\text{Mean} = (\text{Xmax} + \text{Xmin}) : 2 = (99 + 53) : 2 = (152) : 2 = 76$$

$$\text{SD} = \text{Range} : 6 = 46 : 6 = 7,6$$

Kategorisasi skor	Rumus Interval
Rendah	$X < (\text{Mean} - 1\text{SD})$ $X < (76 - 7,6)$ $X < 68,4$
Sedang	$(\text{Mean} - 1\text{SD}) \leq X \leq (\text{Mean} + 1\text{SD})$ $(76 - 7,6) \leq X \leq (76 + 7,6)$ $68,4 \leq X \leq 83,6$
Tinggi	$X \geq (\text{Mean}) + 1\text{SD}$ $X \geq (76 + 7,6)$ $X \geq 83,6$

LAMPIRAN 6

SKOR TOTAL RESPONDEN

N SUBJEK	TOTAL X1	TOTAL X2	TOTAL Y
N1	75	73	89
N2	75	78	88
N3	76	80	84
N4	83	72	91
N5	66	77	85
N6	78	81	89
N7	64	64	78
N8	69	88	93
N9	69	81	84
N10	69	74	82
N11	63	86	88
N12	65	60	73
N13	78	67	79
N14	64	83	87
N15	72	76	84
N16	63	96	98
N17	67	80	87
N18	72	90	97
N19	66	77	82
N20	63	78	86
N21	65	83	94
N22	72	69	78
N23	66	86	92
N24	90	53	97
N25	60	81	89
N26	66	92	96
N27	61	65	68
N28	63	70	74
N29	60	70	84
N30	47	70	74
N31	64	84	91
N32	59	85	94
N33	77	81	94
N34	67	92	96
N35	52	78	88
N36	51	82	85
N37	76	87	88

N38	56	99	104
N39	76	81	86
N40	64	89	94
N41	74	79	87
N42	57	72	86
N43	53	76	75
N44	60	86	92
N45	54	69	73
N46	60	77	88
N47	76	91	95
N48	69	82	85
N49	68	82	89
N50	50	78	81
N51	63	86	93
N52	57	92	96
N53	66	90	98
N54	88	78	96
N55	66	80	90
N56	68	88	92
N57	61	77	83
N58	67	78	88
N59	62	67	78
N60	69	66	72
N61	62	73	89
N62	76	91	95
N63	66	88	95
N64	63	75	83
N65	64	78	85
N66	64	83	86
N67	67	79	82
N68	64	78	85
N69	66	84	93
N70	61	78	86
N71	67	78	87
N72	55	82	86
N73	56	70	73
N74	66	70	76
N75	70	66	78
N76	65	82	88
N77	64	89	96
N78	66	72	76

N79	62	75	82
N80	60	81	89
N81	61	84	94
N82	54	78	84
N83	69	66	88
N84	66	78	89
N85	77	68	87
N86	58	73	77
N87	76	89	93
N88	73	88	94
N89	58	79	88
N90	61	73	82
N91	63	83	94
N92	67	76	88
N93	68	83	89
N94	78	80	87
N95	88	91	105

LAMPIRAN 7

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Lifiana Maryatul Kiftiyah
2. Tempat & Tanggal Lahir : Demak, 06 Maret 2000
3. Alamat Rumah : Tegalarum RT.02 RW.01
Mranggen, Demak
4. HP : 0895411512003
5. Email : lifianamaryatul30@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal :
 - a. SD N 2 Tegalarum
 - b. MTS ASY'ARIYAH
 - c. MA N 1 Semarang
 - d. UIN Walisongo Semarang

C. Pengalaman Organisasi, Magang, dan Kepanitiaan

1. Pengalaman Organisasi
 - a. Bendahara Umum PMII Komisariat UIN Walisongo
 - b. Sekretaris Jendral Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Psikologi dan Kesehatan 2022
 - c. Ketua Himpunan Mahasiswa Jurusan Psikologi 2021
 - d. Koordinator Informasi dan Komunikasi PMII Rayon Psikes 2021
 - e. Divisi Media Informasi dan Komunikasi Himpunan Mahasiswa Jurusan Psikologi FPK 2020
 - f. Sekretaris Unit Kegiatan Mahasiswa Teater Momento 2020
 - g. Divisi Public Relation Unit Kegiatan Mahasiswa Majelis Bahasa FPK 2020
2. Pengalaman Magang
 - a. Human Resource Development Charlie Hospital 2021
3. Pengalaman Kepanitiaan
 - a. Penanggung Jawab Seminar Nasional "Toxic Circle" yang diadakan oleh HMJ Psikologi UIN Walisongo 2021
 - b. Koordinator Humas Seminar Nasional "Ada apa diruang maya?" yang diadakan oleh HMJ Psikologi UIN Walisongo 2020