

**HUBUNGAN GAYA HIDUP HEDONISME DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF DALAM PEMBELIAN SKINCARE
PADA MAHASISWA YOGYAKARTA**

NASKAH PUBLIKASI



Disusun Oleh:

Nabila Faiza Amalina

1910801011

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS EKONOMI, ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS 'AISYIYAH YOGYAKARTA

2023

**HUBUNGAN GAYA HIDUP HEDONISME DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF DALAM PEMBELIAN SKINCARE
PADA MAHASISWA YOGYAKARTA**

NASKAH PUBLIKASI

Diajukan Guna Melengkapi Syarat Gelar Mencapai Sarjana Psikologi
Pada Program Studi Psikologi
Fakultas Ekonomi, Ilmu Sosial Dan Humaniora
Di Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta



**Disusun Oleh:
Nabila Faiza Amalina
1910801011**

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS EKONOMI, ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS 'AISYIYAH YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

HUBUNGAN GAYA HIDUP HEDONISME DENGAN PERILAKU KONSUMTIF DALAM PEMBELIAN SKINCARE PADA MAHASISWA YOGYAKARTA

NASKAH PUBLIKASI

Disusun oleh:

Nabila Faiza Amalina

1910801011

Telah Disetujui Oleh Pembimbing

Pada Tanggal:

1 Agustus 2023



Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized, overlapping letters.

Annisa Warastri S.Psi., M.Psi., Psikolog

**HUBUNGAN GAYA HIDUP HEDONISME DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF DALAM PEMBELIAN SKINCARE PADA
MAHASISWA YOGYAKARTA**

Nabila Faiza Amalina
Prodi Psikologi Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta
Email: nabilafaiza2000@gmail.com

Annisa Warastri
Prodi Psikologi Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta
Email: annisawarastri@unisayogya.ac.id

ABSTRACT - Background: The development of the era influences changes in the lifestyle and behavior of students. One of them is like exaggerating in shopping because they are seeking to satisfy desires rather than needs. In order to keep up with the times, students' desire compels them to compete to fulfill it. For instance, students are currently competing to treat their skin to be clean, shiny, firm, and youthful using skincare products. This motivates hedonism when purchasing skincare products. When presented with skincare products, a person with a propensity for conspicuous consumption may find it difficult to exercise self-control. Objective: This study aims to determine the relationship between a hedonistic lifestyle and the purchase of skincare products among Yogyakarta college students. Method: This study employs a quantitative correlational research methodology. Result: Students in Yogyakarta demonstrated a positive and statistically significant correlation between their hedonistic lifestyle and their purchasing of hygiene products. Therefore, as Hedonism Lifestyle increases, Consumptive Behavior increases, and as Hedonism Lifestyle decreases, Consumptive Behavior decreases. Conclusion and Suggestion: The relationship between hedonism and conspicuous consumption is demonstrated to be positive and statistically significant. Researchers in the field of industrial and organizational psychology can use this study as a reference for information regarding the relationship between hedonistic lifestyle and consumptive behavior.

Keywords: Hedonism Lifestyle, Consumptive Behavior, Skincare.

ABSTRAK - Latar Belakang: Dengan berkembangnya zaman, dapat mempengaruhi perubahan gaya hidup dan tingkah laku pada mahasiswa salah satunya seperti berlebihan dalam berbelanja hanya karena ingin memenuhi keinginannya bukan kebutuhan mahasiswa itu sendiri. Kebutuhan mahasiswa membuat mereka berlomba-lomba untuk memenuhinya demi mengikuti perkembangan zaman, seperti saat ini mahasiswa berlomba-lomba untuk merawat kulitnya menjadi bersih, bersinar, kencang, dan awet muda dengan cara menggunakan skincare. Hal ini membuat muncul sifat hedonisme terhadap pembelian skincare, karena seseorang yang berperilaku konsumtif akan cenderung sulit mengontrol dirinya saat melihat produk skincare yang ditawarkan. Tujuan Penelitian: untuk mengetahui hubungan antara gaya hidup hedonisme dengan perilaku konsumtif dalam pembelian skincare pada Mahasiswa di Yogyakarta. Metode Penelitian: yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasi. Hasil Penelitian: terdapat adanya hubungan positif dan signifikan antara gaya hidup hedonisme dengan perilaku konsumtif dalam pembelian skincare pada Mahasiswa Yogyakarta, jadi semakin tinggi Gaya Hidup Hedonisme maka semakin tinggi pula Perilaku Konsumtif, dan semakin rendah Gaya Hidup Hedonisme maka semakin rendah pula Perilaku Konsumtifnya. Kesimpulan & Saran: hipotesis terbukti bahwa terdapat adanya hubungan positif dan signifikan antara gaya hidup hedonisme dengan perilaku konsumtif. Adanya penelitian ini diharapkan dapat memudahkan informasi terkait hubungan gaya hidup hedonisme dengan perilaku konsumtif sehingga dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya dalam bidang psikologi industry dan organisasi

Kata Kunci: Gaya Hidup Hedonisme, Perilaku Konsumtif, dan Skincare.

PENDAHULUAN

Kebutuhan merupakan hal yang harus dipenuhi dan kebutuhan sendiri terdapat tiga tingkatan yaitu kebutuhan primer yang merupakan sandang, pangan, papan, kemudian ada kebutuhan sekunder dan kebutuhan tersier yang bersifat kemewahan (Adzkiya 2018). Manusia dalam hidupnya tidak lepas dari budaya konsumen untuk bertahan hidup, menurut KBBI konsumsi berarti memakai barang hasil produksi yang langsung memenuhi keperluan hidup (Rohayedi, 2020). Setiap orang memiliki kebutuhan dalam hidupnya, dan masing-masing memenuhinya dengan cara yang berbeda, ada yang memenuhinya secara wajar dan ada juga yang berlebihan sehingga menyebabkan munculnya perilaku konsumtif. (Kurniawan, 2017).

Gaya hidup hedonis didefinisikan sebagai tatanan hidup yang mengarahkan aktivitasnya hanya untuk mencari

kesenangan dalam hidup seperti lebih banyak bermain bersama teman, lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, senang membeli barang mahal dan bermerk untuk memenuhi keinginannya dan selalu ingin menjadi pusat perhatian. (Indrawati, 2015). Seiring perkembangan zaman, masyarakat dituntut lebih modern dengan mengubah penampilan fisik, khususnya pada wanita, kecantikan adalah faktor utama dalam menunjang penampilan, banyak wanita yang tidak percaya diri dengan tubuh dan wajahnya maka dari itu tidak sedikit wanita yang melakukan perawatan dengan menggunakan produk kecantikan (Juliani, 2021).

Menurut (Lukitsari, Viska 2016) fenomena gaya hidup hedonis ditunjukkan di kalangan mahasiswa dalam hal biasa menghabiskan waktu serta menggunakan uang pemberian orang tua mereka. Dengan mencari kesenangan berupa menghabiskan waktu diluar rumah bersama teman untuk bersenang-

senang, membeli barang-barang mahal, dan selalu ingin menjadi pusat perhatian orang lain (Trimartati, 2014). Remaja sebagai generasi penerus bangsa pada kenyataannya saat ini juga ikut terbawa arus gaya hidup hedonis, terutama di kalangan mahasiswa. Pola konsumsi yang tinggi akan mengarah pada perilaku konsumtif dan secara tidak sadar akan berdampak pada perubahan gaya hidup, perilaku konsumtif merupakan fenomena yang banyak menghampiri masyarakat kalangan muda terutama mahasiswa yang tinggal jauh dari orang tua. Kebanyakan mahasiswa akan menyesuaikan diri karena memerlukan pengakuan dalam lingkungan sosialnya sehingga mudah terbawa arus pergaulan (Melinda, 2022).

Dove menemukan gerakan yang lahir dari hasil riset *Indonesia Beauty Confidence Report 2017* dimana ditemukan fakta mengenai definisi cantik menurut wanita Indonesia yang menunjukkan bahwa 84%

perempuan Indonesia tidak mengakui bahwa dirinya cantik, dan hanya 72% yang masih mempercayai bahwa untuk mencapai kesuksesan perembuan harus memenuhi standar kecantikan terlebih dahulu, seperti memiliki wajah mulus, cantik, dan putih, serta tinggi dan langsing (Rochimawati, 2018). Secara umum lebih banyak wanita menggunakan *skincare* dibandingkan laki-laki dikarenakan wanita lebih cenderung memilih melakukan perawatan kulit pada wajahnya untuk menunjang kesehatan pada kulitnya, sedangkan laki-laki lebih acuh terhadap penampilan diwajahnya (Indah, 2022).

Salah satu contoh produk perawatan kulit dengan *brand* lokal yang sedang banyak diminati oleh konsumen saat ini yaitu produk *Scarlett Whitening*, di awal tahun 2021 produk *Scarlett Whitening* mencapai puncak penjualannya sebesar 57%, diposisikan dengan merk lain yang tertinggal cukup jauh yaitu Vaseline yang hanya 15%. Merk

lokal (*Scarlett*) yang didirikan sejak 2017 mampu mengalah merk lain yang notabnya merupakan merk yang sudah berdiri sejak puluhan tahun yang lalu (Asmara, 2022).

Pengeluaran biaya hidup mahasiswa di Yogyakarta setelah pandemic hampir 2x lipat dalam 3 tahun terakhir sejak tahun 2020, hal ini dikarenakan adanya pembelajaran jarak jauh yang memaksa mahasiswa menggunakan fasilitas pribadinya yang membuat biaya hidup semakin meningkat (Tomi, 2021).

Berdasarkan hasil wawancara dengan 10 mahasiswa di Yogyakarta dapat disimpulkan bahwa hal yang mendasari gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif dalam pembelian skincare yaitu adanya perilaku konsumtif dengan membeli sesuatu semata-mata karena didasari oleh hasrat/keinginan dan kesenangan yang dilakukan tanpa adanya pertimbangan, dimana perilaku konsumtif ini selalu menghambur-hamburkan banyak

uang tanpa didasari kebutuhan yang jelas dan dapat dikatakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas (Haryani & Herwanto, 2015).

Remaja sebagai generasi penerus bangsa pada kenyataannya saat ini juga ikut terbawa arus gaya hidup hedonis, terutama di kalangan mahasiswa. Hal ini terjadi karena mahasiswa mempunyai peluang yang sangat tinggi dalam mengikuti trend yang terjadi saat ini dibandingkan tingkatan remaja lainnya (Lukitsari, 2016). Kebanyakan mahasiswa akan menyesuaikan diri karna memerlukan pengakuan dalam lingkungan sosialnya sehingga mudah terbawa arus pergaulan (Melinda, 2022). Pola konsumsi yang tinggi akan mengarah pada perilaku konsumtif dan secara tidak sadar akan berdampak pada perubahan gaya hidup, perilaku konsumtif merupakan fenomena yang banyak menghampiri masyarakat kalangan muda terutama mahasiswa yang tinggal jauh dari orang tua. Sejalan dengan

penelitian yang dilakukan oleh Khairat, (2019) menunjukkan bahwa dalam hipotesis penelitiannya terdapat hubungan antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif dengan kata lain bahwa gaya hidup akan mempengaruhi mahasiswa berperilaku konsumtif. Jika memiliki gaya hidup hedonisme maka akan cenderung berperilaku konsumtif dalam menggunakan uang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara gaya hidup hedonisme dengan perilaku konsumtif dalam pembelian skincare pada Mahasiswa di Yogyakarta. Diharapkan penelitian ini dapat membantu menghasilkan data dan informasi dari hasil penelitian yang ditujukan kepada pembaca sehingga bisa menjadi bahan acuan untuk peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian kuantitatif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian

kuantitatif menurut (Creswell, 2014) yang menyatakan bahwa penelitian kuantitatif merupakan pendekatan untuk menguji teori objektif dengan menguji hubungan antar variabel. Variabel yang dapat diukur dengan menggunakan instrumen, sehingga data jumlah dapat dianalisis dengan menggunakan prosedur statistik. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasi yang bertujuan untuk mencari hubungan satu variabel independen dengan satu atau lebih variabel dependen. Dalam penelitian ini peneliti mengambil judul Hubungan Gaya Hidup Hedonisme Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Skincare Pada Mahasiswa Yogyakarta. Sehingga, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara gaya hidup hedonisme (variabel bebas) dengan perilaku konsumtif (variabel terikat).

Menurut (Siregar, 2017) metode pengumpulan data merupakan suatu proses tahapan

atau langkah yang sistematis untuk memperoleh data guna memecahkan permasalahan yang ada dalam penelitian. Pengumpulan data ini dilakukan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan guna melengkapi data pada penelitian. Metode yang digunakan untuk pengumpulan data yaitu dengan menggunakan skala psikologis. Sehingga skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur persepsi serta sikap seseorang mengenai objek atau fenomena tertentu (Siregar, 2016).

Tabel Skala Likert

Jawaban	Keterangan	Skor	
		<i>Favo</i>	<i>Unfavo</i>
SS	Sangat Sesuai	4	1
S	Sesuai	3	2
TS	Tidak Sesuai	2	3
STS	Sangat Tidak Sesuai	1	4

Perhitungan rumus yang

digunakan untuk menentukan

kategorisasi skala dalam penelitian yaitu sebagai berikut:

Skor Maksimal Skala = Jumlah soal x skor terbesar

Skor Minimal Skala = Jumlah soal x skor skala terkecil

Mean Teoritik (μ) = $\frac{1}{2}$ (Skor maksimal + skor minimal)

Standar Deviasi (σ) = $\frac{1}{6}$ (Skor maksimal – skor minimal)

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan bantuan pada aplikasi *Statistical Program for Social Science (SPSS) 25.0 for windows* dengan melakukan uji normalitas, uji linieritas, uji korelasi dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan jumlah dari 106 subjek pada penelitian ini yang tergolong pada usia 18 tahun terdapat 1 orang yang memiliki perilaku konsumtif dalam pembelian skincare, 8 orang berusia 19 tahun, 13 orang berusia 20 tahun, 25 orang berusia 21 tahun, 29 orang berusia 22 tahun, dan 30 orang dengan usia 23 tahun.

Tabel Data Usia Responden Penelitian

USIA	FREKUENSI
18 Tahun	1
19 Tahun	8
20 Tahun	13
21 Tahun	25
22 Tahun	29
23 Tahun	30
Jumlah	106

Terdapat 0 responden yang memiliki taraf gaya hidup hedonisme sangat tinggi, sebanyak 32 responden memiliki taraf tinggi, kemudian 73 responden termasuk dalam

kategori rendah, dan 1 termasuk dalam kategori sangat rendah.

Tabel Frekuensi Hedonisme

No	Gaya Hidup Hedonisme	Frekuensi
1.	Sangat Tinggi	0
2.	Tinggi	32
3.	Rendah	73
4.	Sangat Rendah	1
Total		106

Terdapat 5 responden yang memiliki taraf perilaku konsumtif sangat tinggi, sebanyak 39 responden memiliki taraf tinggi, kemudian 62 responden termasuk dalam kategori rendah, dan 0 termasuk dalam kategori sangat rendah.

Tabel Frekuensi Perilaku Konsumtif

No	Perilaku Konsumtif	Frekuensi
1.	Sangat Tinggi	5
2.	Tinggi	39
3.	Rendah	62
4.	Sangat Rendah	0
Total		106

Dalam penelitian ini Uji normalitas gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif mendapatkan nilai 0,017 untuk uji linearitas mendapatkan nilai 0,054. Sedangkan uji korelasi kedua variabel tersebut mendapatkan nilai sebesar 0,614. Jadi semakin tinggi Gaya Hidup Hedonisme maka semakin tinggi pula Perilaku Konsumtif, dan semakin rendah Gaya Hidup Hedonisme maka semakin rendah pula Perilaku Konsumtifnya.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka terdapat adanya hubungan yang signifikan antara gaya hidup hedonisme dengan perilaku konsumtif, dalam penelitian ini

kedua variabel tersebut memiliki tingkat hubungan dengan jumlah persentase sebesar 37,7% sedangkan 62,3% dipengaruhi oleh faktor lain seperti: Perilaku Individualis, Bersifat Egois, Boros, Pemalas, dan memiliki Sikap Tidak Bertanggung Jawab.

Hasil dalam penelitian ini, yang mendapatkan persentase tertinggi untuk variabel Gaya Hidup Hedonisme merupakan aspek kegiatan/*activity* sebanyak 50%, sedangkan yang mendapatkan persentase terendah merupakan aspek pendapat/*opini* sebanyak 11%. Kemudian untuk variabel Perilaku Konsumtif dalam penelitian ini yang mendapatkan persentase tertinggi merupakan aspek boros/*wastefull buying* sebanyak 43%, sedangkan yang mendapatkan persentase terendah merupakan aspek mencari kesenangan/*non rational buying* sebanyak 25%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang “Hubungan Gaya Hidup Hedonisme Dengan Perilaku Konsumtif Dalam pembelian Skincare Pada Mahasiswa Yogyakarta”, maka dapat disimpulkan bahwa:

- Dari 106 responden variabel Gaya Hidup Hedonisme dalam penelitian ini yang mendapatkan persentase tertinggi merupakan aspek kegiatan/*activity* sebanyak 50%, sedangkan yang mendapatkan persentase terendah merupakan aspek pendapat/*opini* sebanyak 11%.
- Dari 106 responden variabel Perilaku Konsumtif dalam penelitian ini yang mendapatkan persentase tertinggi merupakan aspek boros/*wastefull buying* sebanyak 43%, sedangkan yang mendapatkan persentase terendah merupakan aspek mencari

kesenangan/*non rational buying* sebanyak 25%.

- Terdapat adanya hubungan positif dan signifikan antara gaya hidup hedonisme dengan perilaku konsumtif dalam pembelian skincare pada Mahasiswa Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan uji korelasi gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif sama-sama mendapatkan nilai dibawah $p < 0,05$ sebesar 0,000. Jadi semakin tinggi Gaya Hidup Hedonisme maka semakin tinggi pula Perilaku Konsumtif, dan semakin rendah Gaya Hidup Hedonisme maka semakin rendah pula Perilaku Konsumtifnya.

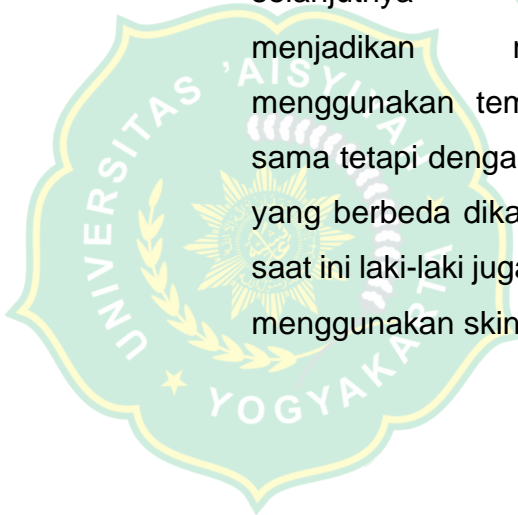
Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penelitian ini. Oleh karena itu terdapat beberapa saran yang dapat diajukan, yaitu sebagai berikut:

- Ilmu Pengetahuan

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memudahkan informasi terkait hubungan gaya hidup hedonisme dengan perilaku konsumtif sehingga dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya dalam bidang psikologi industry dan organisasi

- Peneliti Selanjutnya

Adanya penelitian ini sebaiknya peneliti selanjutnya bisa menjadikan referensi menggunakan tema yang sama tetapi dengan subjek yang berbeda dikarenakan saat ini laki-laki juga tertarik menggunakan skincare.



DAFTAR PUSTAKA

Rohayedi, Eddy & Maulina. (2020).
"Konsumerisme dalam Perspektif Islam" dalam
Jurnal Transformatif. 4(1):
31-48

Kurniawan, Chandra. (2017). *"Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi pada Mahasiswa"* dalam Jurnal Media Wahana Ekonomika. 13(4): 107-118

Indah Laily. (2022). *Hubungan Pengetahuan dan Sikap terhadap Perilaku Pemilihan Skincare Wajah melalui Media Sosial pada Salah Satu Universitas di Karawang Jawa Barat.* Jurnal Farmasi Indonesia. 19(2): 1411-4283

Rochimawati. (2018). *Survei: 84 Persen Wanita Indonesia Tak Merasa Cantik.* Diakses pada 2 Mei 2023

Tomi. (2021). *Pascapandemi, Biaya Hidup Mahasiswa di Yogya Melonjak Dua Kali Lipat.* Diakses pada 2 Mei 2023.

Khairat, Masdina, dkk. (2018). *"Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa"* dalam Jurnal Psikologi Islam Al-Qalb. 10(2): 130-139