

**HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN
PERILAKU KONSUMTIF PEMBELIAN PRODUK *MAKE UP*
PADA MAHASISWA DI YOGYAKARTA**

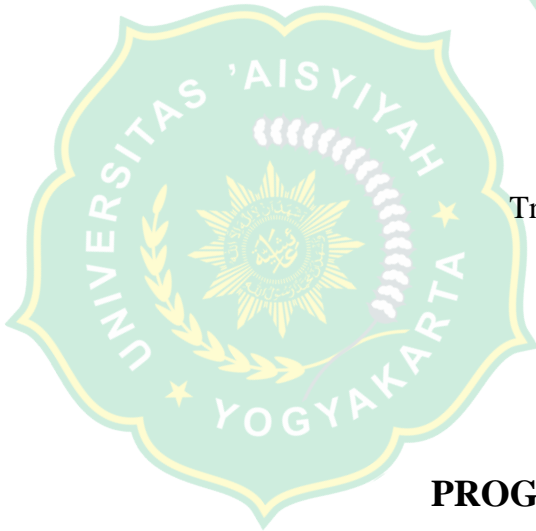
NASKAH PUBLIKASI



Disusun Oleh :

Tri Ulvi Khoirotul Mawaddah

1910801071



PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS EKONOMI ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS 'AISYIYAH YOGYAKARTA

2023

**HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN
PERILAKU KONSUMTIF PEMBELIAN PRODUK MAKE UP
PADA MAHASISWA DI YOGYAKARTA**

NASKAH PUBLIKASI

Diajukan Guna Melengkapi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Psikologi
Program Studi Psikologi
Fakultas Ekonomi Ilmu Sosial dan Humaniora
di Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

Tri Ulvi Khoirotul Mawaddah

1910801071

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS EKONOMI, ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS 'AISYIYAH YOGYAKARTA**

2023

**HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN
PERILAKU KONSUMTIF PEMBELIAN PRODUK *MAKE UP*
PADA MAHASISWA DI YOGYAKARTA**

NASKAH PUBLIKASI

Disusun oleh:

TRI ULVI KHOIROTUL MAWADDAH

1910801071

Telah Memenuhi Persyaratan dan Disetujui Untuk Dipublikasikan

Program Studi Psikologi

Fakultas Ekonomi, Ilmu Sosial, dan Humanioradi Universitas
'Aisyiyah Yogyakarta

19 Februari 2024

Oleh: Pembimbing : ANNISA WARASTRI, S.Psi., M.Psi.,Psi



**HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PEMBELIAN PRODUK MAKE UP
PADA MAHASISWA DI YOGYAKARTA¹**

Tri Ulvi Khoirotul M², Annisa Warastri, S.Psi., M.Psi., Psikolog³

ABSTRAK

Perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang tidak dapat menahan keinginannya untuk membeli barang tanpa melihat fungsi utama dari barang tersebut, sehingga akan cenderung membeli barang berdasarkan keinginan dari pada kebutuhan. Salah satu faktor yang menjadi penyebab adalah gaya hidup hedonis yang dimana termasuk pola hidup yang aktivitasnya cenderung untuk lebih memilih hidup yang mewah dan enak. Salah satunya terjadi pada mahasiswa yang mulai terbiasa mengikuti gaya hidup yang hedonis dan berperilaku konsumtif dalam pembelian produk-produk kosmetik diantaranya *make up*, mereka membeli hanya untuk memenuhi kebutuhan dianggap menyenangkan, sehingga akan cenderung boros dengan menghabiskan uangnya untuk membeli suatu produk barang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pembelian produk *make up* pada mahasiswa di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian korelasi. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa yang menggunakan *make up* dan sedang menempuh pendidikan di Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Teknik *Purposive sampling*. Pengambilan data menggunakan skala likert dan dianalisis menggunakan *pearson correlation product moment*. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif. Hasil analisis *product moment* dengan taraf signifikansi $P = 0,000$ ($P < 0,05$) dengan koefisien korelasi 0,846 yang artinya terdapat hubungan positif yang kuat antara kedua variabel. Maka dapat dikatakan bahwa semakin tinggi gaya hidup hedonis maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif dalam pembelian produk *make up* pada mahasiswa di Yogyakarta.

Kata kunci : Perilaku Konsumtif, Gaya Hidup Hedonis

¹ Judul Penelitian

² Mahasiswa Program Studi Psikologi, Fakultas Ekonomi, Ilmu Sosial, dan Humaniora, Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta

³ Dosen Program Studi Psikologi, Fakultas Ekonomi, Ilmu Sosial, dan Humaniora, Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta

THE RELATIONSHIP BETWEEN HEDONIC LIFESTYLE AND CONSUMPTIVE BEHAVIOR IN PURCHASING MAKE UP PRODUCTS IN STUDENTS IN YOGYAKARTA¹

Tri Ulvi Khoirotul M², Annisa Warastri, S.Psi., M.Psi., Psikolog³

ABSTRACT

Consumptive behavior is the behavior of individuals who cannot restrain their desire to buy goods without looking at the main function of the goods, so they tend to buy goods based on desires rather than needs. One of the factors that causes it is a hedonic lifestyle, which includes a lifestyle whose activities tend to prefer a life that is luxurious and delicious. One of them occurs in students who are starting to get used to following a hedonistic lifestyle and have consumptive behavior in purchasing cosmetic products, including make-up. They buy only to fulfill their needs which are considered fun, so they tend to be wasteful by spending their money to buy a product. This research aims to determine the relationship between hedonic lifestyle and consumptive behavior in purchasing make-up products among students in Yogyakarta. This research used quantitative methods with a correlation research type. The subjects of this research were students who used make up and were currently studying in Yogyakarta. The sampling technique in this research used purposive sampling technique. Data were collected using a Likert scale and analyzed using Pearson correlation product moment. The research results showed that there was a relationship between hedonic lifestyle and consumer behavior. The results of the product moment analysis had a significance level of $P = 0.000$ ($P < 0.05$) with a correlation coefficient of 0.846, which means there was a strong positive relationship between the two variables. So, it can be said that the higher the hedonic lifestyle, the higher the consumptive behavior in purchasing make-up products among students in Yogyakarta.

Keywords : Consumptive Behavior, Hedonic Lifestyle

¹Title

²Student of Psychology Study Program, Faculty of Economics, Social Sciences and Humanities, Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta.

³Lecturer of Faculty of Economics, Social Sciences and Humanities, Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta

PENDAHULUAN

Indonesia tercatat negara dengan pengguna media sosial yang sangat tinggi dikhawatirkan banyak anak muda yang terpengaruh hidup instan dan akhirnya muncul anak-anak muda yang tampil hedon, berpikir dan berkiblat instan hidup cepat kaya tanpa berusaha (Rahman, 2022). Lina dan Rosyid (2013) mengatakan bahwa fenomena tersebut mempengaruhi kebiasaan dan gaya hidup masyarakat berubah dalam waktu yang relatif singkat menuju ke arah kehidupan mewah dan cenderung berlebihan yang pada akhirnya menimbulkan pola hidup konsumtif. Dengan begitu masyarakat akan dengan mudah tertarik untuk mengonsumsi barang karena banyak sekali pilihan yang ada. Barang-barang yang dahulu dianggap kebutuhan sekunder, berubah menjadi kebutuhan primer, dan barang-barang mewah telah menjadi kebutuhan sekunder, bahkan malah menjadi kebutuhan primer (Chatijah & Purwadi, 2014).

Salah satu kebutuhan sehari-hari yaitu kebutuhan akan kosmetik, penggunaan kosmetik dari level pelengkap menjadi level yang lebih diprioritaskan, Data kementerian perindustrian (2016) menyatakan bahwa pertumbuhan pasar industri ini rata-rata mencapai 9,67% pertahun dalam enam tahun terakhir (2009-2015). Data tersebut menunjukkan pesatnya perkembangan industri-industri yang memproduksi kosmetik. Selain perkembangan industri, berdasarkan data kementerian perindustrian, peningkatan penjualan

produk kosmetik pada tahun 2012 sebanyak 14% menjadi Rp 9,76 triliun dari sebelumnya Rp 8,5 triliun (Handayani & Indrawati, 2017).

Menurut *Zap Beauty Index* pada tahun 2018 mengatakan bahwa semakin berkembangnya industri kecantikan tidak hanya melahirkan berbagai jenis produk perawatan wajah, namun juga terhadap gaya make up yang menjadi tren kecantikan terkini. Tidak heran wanita memiliki lebih dari 1 barang untuk jenis produk yang sama. Diantara semua produk makeup yang digunakan setiap harinya, wanita Indonesia memiliki 1 produk andalan yang harus mereka gunakan

Pada umumnya peminat dari produk kosmetik adalah kelompok usia remaja karena pada usia ini dianggap pantas untuk mulai menggunakan kosmetik yaitu pada usia 18 tahun ke atas karena pada usia tersebut sudah bebas mengatur hidup mereka sendiri, karena usia 18 tahun umumnya berada pada jenjang pendidikan perguruan tinggi. Pada usia mahasiswa ini sangat antusias dengan hal-hal baru, gaya hidup hedonis ini dianggap sangat menarik, mengingat gaya hidup hedonis memiliki daya tarik yang besar terhadap kehidupan mahasiswa.

Nadzir & Ingrianti (2015) mengungkapkan bahwa gaya hidup hedonis merupakan suatu pola hidup seseorang yang melakukan aktivitasnya untuk mencari kesenangan saja. Gaya hidup hedonis ini adalah salah satu dari faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan proses pembelian yang tidak terkontrol dan

tidak rasional, hal ini secara nyata berdampak pada pemborosan dalam pengelolaan keuangan baik pada level pribadi maupun rumah tangga. Adanya keinginan untuk membeli suatu produk yang berkelebihan merupakan awal munculnya perilaku konsumtif, individu akan secara terus menerus membeli barang hanya berdasarkan apa yang mereka inginkan, bukan berdasarkan apa yang dibutuhkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian korelasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pembelian produk *make up* pada mahasiswa di Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang menggunakan *make up* dan sedang menempuh pendidikan di Yogyakarta. Sampel pada penelitian ini berjumlah 103 mahasiswa. Pengambilan sampel menggunakan Teknik *Purposive sampling*.

Alat Pengumpulan data menggunakan skala *likert* dalam bentuk kuesioner yang terdiri dari pernyataan *favorable* dan *unfavorable*. Analisis data menggunakan *pearson correlation product moment*. proses analisis data dibantu dengan *SPSS 26.0 for Windows*.

HASIL

Penelitian ini dilakukan melalui sistem online dengan cara menyebarkan skala penelitian melalui media sosial *WhatsApp* dan

Instagram dengan bantuan *google form* yang dibagikan kepada subjek penelitian. Total jumlah Responden dalam penelitian ini sebanyak 103 mahasiswa yang berasal dari 15 kampus di Yogyakarta. data yang diperoleh akan diukur dengan kategori skala, kategorisasi skala diperlukan mean teoritik dan standar deviasi populasi untuk menempatkan responden ke dalam kelompok yang terpisah secara berjenjang menurut suatu kontinum berdasarkan atribut yang diukur (Azwar, 2012). pengukuran kategori skala gaya hidup hedonis dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Kategorisasi Skala Hedonis

Rentang Skor	Kategori
$X > 111$	Sangat Tinggi
$92,5 < X \leq 111$	Tinggi
$74 < X \leq 92,5$	Rendah
$X \leq 74$	Sangat rendah

Berikut pengukuran kategori skala perilaku konsumtif dapat dilihat pada tabel 2

Tabel 2 Kategorisasi Skala konsumtif

Rentang Skor	Kategori
$X > 90$	Sangat Tinggi
$75 < X \leq 90$	Tinggi
$60 < X \leq 75$	Rendah
$X \leq 60$	Sangat rendah

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pembelian produk *make up* pada mahasiswa di yogyakarta. uji hipotesis peneliti menggunakan

analisis korelasi *product moment* dengan bantuan *SPSS 26.0 for Windows*.

Tabel 3. Uji Hipotesis

Variabel	koefisien korelasi	Sig (p)	Ket
Gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif	0,865	0,000	signifikan

Hasil akhir uji hipotesis dengan korelasi *product moment* menunjukkan bahwa nilai signifikansi antara variabel Gaya Hidup Hedonis dengan Variabel Perilaku Konsumtif diperoleh nilai sig (p) sebesar 0,000 dimana $< 0,05$ yang berarti terdapat hubungan signifikan antara Gaya Hidup Hedonis dan Perilaku Konsumtif. Selain itu, nilai *person correlation* dari penelitian ini sebesar 0,846 yang berarti memiliki tingkat hubungan yang kuat, sehingga adanya hubungan positif yang kuat antara kedua variabel.

★ Untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara variabel gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif dapat dilihat pada tabel 5

Tabel 4.9 Uji Sumbangan Efektif Regresi (*R Square*)

Variabel	koefisien korelasi (R)	Koefisien Determinan (R^2)
Gaya hidup	0,846	0,716

hedonis *perilaku konsumtif		
-----------------------------	--	--

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai R square adalah 0,716 dengan persentase 71,6 % yang artinya variabel bebas yakni gaya hidup hedonis dapat mempengaruhi variabel terikat yaitu perilaku konsumtif. Sedangkan sebesar 28,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang positif yang kuat antara kedua variabel yaitu variabel gaya hidup hedonis dengan variabel perilaku konsumtif. Hal ini berdasarkan nilai koefisien korelasi dengan r hitung yaitu 0,846 dan nilai signifikansi 0,000 yang berarti variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen. Oleh karena itu dari hubungan positif ini dapat dikatakan bahwasanya semakin tinggi gaya hidup hedonis seseorang maka semakin tinggi pula seseorang akan melakukan perilaku konsumtifnya.

Ancok (2018) mengatakan bahwa Perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang tidak dapat menahan keinginannya untuk membeli barang yang tidak dibutuhkan tanpa melihat fungsi utama dari barang tersebut, definisi tersebut menunjukkan bahwa individu yang berperilaku konsumtif akan cenderung membeli barang berdasarkan keinginan daripada

kebutuhan. Salah satu faktor yang mempengaruhi terjadinya perilaku konsumtif yaitu gaya hidup hedonis.

Gaya Hidup Hedonis merupakan salah satu bentuk gaya hidup yang dikenal sebagai trend di kalangan remaja saat ini. Daya pikat gaya hidup hedonis tentunya sangat menarik bagi remaja sehingga munculah fenomena baru akibat adanya paham ini. Remaja cenderung untuk lebih memilih hidup yang mewah, enak, dan serba berkecukupan tanpa harus bekerja keras (Anggraeni & Santoso, 2017)

Bagi remaja kecantikan dan daya tarik fisik sangat penting bagi remaja, dimana pada masa ini remaja mulai tertarik dengan lawan jenis mereka jadi tidak heran remaja sangat sensitive terhadap penampilan sehari-hari, sehingga umumnya peminat dari produk kosmetik adalah kelompok usia remaja 18 tahun keatas umumnya berada pada jenjang pendidikan perguruan tinggi (Cross & Cross, 2019). Pada usia mahasiswa ini sangat antusias dengan hal-hal baru, gaya hidup hedonis ini dianggap sangat menarik, mengingat gaya hidup hedonis memiliki daya tarik yang besar terhadap kehidupan mahasiswa

Salah satu produk kosmetik yang sering dibeli oleh mahasiswa yaitu *make up*. *make up* adalah salah satu kebutuhan yang utama dan penting, karena sudah menjadi rutinitas sebelum berkegiatan. namun, ada beberapa individu yang tidak mengetahui manfaat dari produk yang dibeli, sehingga mereka membeli hanya untuk memenuhi kebutuhan dianggap menyenangkan, sehingga

akan cenderung boros dengan menghabiskan uangnya untuk membeli suatu produk barang.

Hasil kategorisasi yang sudah dilakukan dapat diketahui bahwa 23 responden yang memiliki taraf gaya hidup hedonis sangat tinggi, sebanyak 26 responden memiliki taraf tinggi, kemudian 44 responden termasuk dalam kategori rendah, dan 10 termasuk dalam kategori sangat rendah. Terdapat 20 responden yang memiliki taraf perilaku konsumtif sangat tinggi, sebanyak 37 responden memiliki taraf tinggi, kemudian 32 responden termasuk dalam kategori rendah, dan 14 termasuk dalam kategori sangat rendah

Hasil penelitian ini juga menunjukkan sumbangan efektif dari kedua variabel yang diuji menggunakan program *SPSS for Window versi 26*. Hasil analisis menunjukkan $RSquare (R^2) = 0,716$ dengan persentase 71,6 % yang artinya sebesar 71,6 % variabel gaya hidup hedonis dapat mempengaruhi variabel perilaku konsumtif. Sedangkan sebesar 28,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang kuat antara kedua variabel yaitu variabel gaya hidup hedonis dengan variabel perilaku konsumtif. Oleh karena itu, dari hubungan positif ini dapat dikatakan bahwasanya semakin tinggi gaya hidup hedonis seseorang

maka semakin tinggi pula seseorang akan melakukan perilaku konsumtif dalam membeli Produk *Make Up*. Hal ini berdasarkan nilai koefisien korelasi dengan r hitung yaitu 0,846 dan nilai signifikansi 0,000 yang berarti variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen.

Hasil sumbangan efektif dari kedua variabel yang diuji menggunakan program *SPSS for Window versi 26* menunjukkan R Square (R^2) = 0,716 dengan persentase 71,6 % yang artinya sebesar 71,6 % variabel gaya hidup hedonis dapat mempengaruhi variabel perilaku konsumtif. Sedangkan sebesar 28,4% dipengaruhi oleh faktor lain.

Dari 103 responden dalam penelitian ini, pada variabel gaya hidup hedonis terdapat 26 responden dengan frekuensi tinggi, 44 responden dengan frekuensi rendah, dan 23 responden dengan frekuensi sangat tinggi dan 10 responden dengan frekuensi sangat rendah. Sedangkan pada variabel Perilaku Konsumtif dalam penelitian ini terdapat 32 responden dengan frekuensi rendah, 37 responden dengan frekuensi tinggi, 20 responden dengan frekuensi sangat tinggi dan 14 responden dengan frekuensi sangat rendah.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, R T dan Santhoso, F H (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif, *Gadjah Mada Journal of Psychology*. Universitas Gadjah Mada

Fajri, Lathifatul. (2022). Memahami Jenis Kebutuhan Primer, Sekunder, Tersier dan contohnya. <https://katadata.co.id/intan/berita/620a6dd117327/memahami-jenis-kebutuhan-primer-sekunder-tersier-dan-contohnya>

Elianti, L D dan Pinasti (2017). MAKNA PENGGUNAAN MAKE UP SEBAGAI IDENTITAS DIRI (Studi Mahasiswi Universitas Negeri Yogyakarta). *Jurnal Pendidikan Sosiologi* <https://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/societas/article/view/12536>

Jonathan G. A. Habelio Tombeg (2021). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonisme dengan Perilaku Konsumtif terhadap Mahasiswa yang berasal dari Minahasa, *Jurnal Universitas Kristen Satya Wacana*. <https://ejurnal.unima.ac.id/index.php/psikopedia/article/view/1549/982>

Nurfitriani. (2015). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Jurusan PBB 2013 FIP UNY. *Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta* <https://core.ac.uk/download/pdf/33529084.pdf>

Pratiwi, Rizky Ika. (2019). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan

Perilaku Konsumtif Produk Skincare Pada Mahasiswi Universitas Medan Area Fakultas Psikologi. *Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Medan Area*

<https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/11199/1/158600196%20-%20Rizki%20Ika%20Pratiwi%20-%20Fulltext.pdf>

Wulansari, Gita Hening (2019). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif Membeli Make Up Pada Mahasiswi Universitas Islam Sulthan Agung Semarang. Universitas Islam Sultan Agung. <http://repository.unissula.ac.id/15897/>

Pradnya Handayani, S A D dan Indrawati, K R (2017). Peran konsep diri dan konformitas terhadap keputusan pembelian Make Up pada mahasiswa perempuan, *Jurnal Psikologi Udayana*

https://repository.unsri.ac.id/54676/3/RAMA_73201_04041381621058_0002118304_0015128603_01_front_ef.pdf