

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi

Yeni Yanti Harita¹⁾, Gusnardi²⁾, M. Yogi Riyantama Isjoni³⁾

Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Riau

Email: yeni.yanti2952@student.unri.ac.id¹⁾, gusnardi@lecturer.unri.ac.id²⁾, m.yogi@lecturer.unri.ac.id³⁾

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau angkatan 2018, 2019, dan 2020 yang berjumlah 258 mahasiswa. Dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *random sampling* yaitu sebanyak 137 mahasiswa. Metode pengumpulan data menggunakan angket yang dibagikan melalui *google form* dengan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji signifikansi parsial dan simultan. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel media sosial dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan nilai koefisien determinasi (R^2) diperoleh sebesar 0,414 yang artinya variabel media sosial dan gaya hidup secara simultan mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 41,4% sedangkan sisanya 58,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Media Sosial, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif*

Abstract

This study aims to determine the effect of social media and lifestyle on the consumptive behavior of Economic Education students at the University of Riau. This type of research is descriptive quantitative research. The population in this study were students of Economic Education, Riau University class 2018, 2019, and 2020, totaling 258 students. With the sampling technique using random sampling technique as many as 137 students. The data collection method uses a questionnaire distributed via google form with data analysis techniques using multiple linear regression analysis. Hypothesis testing was carried out with partial and simultaneous significance tests. Based on the results of the study, partially social media and lifestyle variables have a positive and significant effect on consumptive behavior. While the value of the coefficient of determination (R^2) was obtained at 0.414, which means that the variables of social media and lifestyle simultaneously affect the consumptive behavior of students by 41.4% while the remaining 58.6% is influenced by other variables not included in this study.

Keywords: *Social Media, Lifestyle, Consumptive Behavior*

PENDAHULUAN

Diera globalisasi saat ini perkembangan teknologi telah mampu menyediakan segala sesuatu yang dibutuhkan oleh masyarakat. Perkembangan teknologi ini berdampak pada pola perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhannya sehingga memicu terjadinya perilaku

konsumtif pada masyarakat. Perilaku konsumtif ini merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat, termasuk mahasiswa yang sebenarnya belum cukup memiliki kemampuan finansial untuk memenuhi kebutuhannya. Pertumbuhan ekonomi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini disertai dengan semakin tingginya tingkat konsumsi di kalangan masyarakat. Pada awalnya konsumsi dilakukan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan. Namun saat ini konsumsi kehilangan fungsinya, konsumsi dilakukan bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari akan tetapi masyarakat melakukan konsumsi untuk memenuhi keinginan. Lebih memprihatinkan lagi jika masyarakat tersebut tidak mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan (RM Riadi, Sri Kartikowati, 2018).

Mahasiswa seharusnya mengisi waktunya dengan menambah pengetahuan, keterampilan, dan keahlian serta mengisi kegiatan mereka dengan berbagai macam kegiatan positif sehingga akan memiliki orientasi ke masa depan sebagai manusia yang bermanfaat bagi masyarakat dan bangsa, tetapi kehidupan kampus telah membentuk gaya hidup khas dikalangan mahasiswa dan terjadi perubahan budaya sosial yang tinggi yang membuat setiap individu mempertahankan polanya dalam berkonsumtif (Gumulya & Widiastuti, 2012).

Para mahasiswa lebih mementingkan uang sakunya untuk membeli berbagai macam barang bermerk untuk mengikuti trend terkini dan diakui oleh teman-temannya dibanding untuk membeli perlengkapan kampus yang lebih penting. Kegiatan mengikuti trend ini mendorong mahasiswa untuk membeli barang-barang yang digunakan untuk menampilkan trend tersebut tanpa pikir panjang dan membuat mahasiswa terjebak kedalam perilaku konsumtif (Dikria, 2016).

Perilaku konsumtif ini telah banyak memberikan dampak negatif yaitu terjadinya pemborosan dan efisiensi biaya. Secara psikologis perilaku konsumtif menyebabkan seseorang mengalami kecemasan dan rasa tidak aman. Hal ini disebabkan individu selalu merasa adanya tuntutan untuk membeli barang yang diinginkannya akan tetapi keinginan pembelian tidak ditunjang dengan finansial yang memadai sehingga timbulnya rasa cemas karena keinginannya tidak terpenuhi (Suryasa & Fransiska, 2005).

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan oleh peneliti terhadap mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau, mahasiswa lebih mementingkan menggunakan uangnya untuk berbelanja online, membeli berbagai produk *fashion* untuk menjaga penampilan diri serta membelanjakan uang hanya untuk membeli produk-produk yang sedang diskon walaupun barang tersebut bukan kebutuhan utama dari mahasiswa tersebut, sehingga dari beberapa mahasiswa yang diobservasi mengatakan terkadang uang saku bulannya tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya sampai akhir bulan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa masih tergolong tinggi.

Fenomena perilaku konsumtif ini akan terus berkembang karena adanya faktor yang dapat menyebabkan munculnya perilaku konsumtif, salah satunya adalah gaya hidup (Anggraini & Santhoso, 2017). Gaya hidup yang modern saat ini mempengaruhi perilaku seseorang, begitu pula terhadap perilaku pembeliannya. Karena ketertarikan pada barang atau jasa tersebut, membuat konsumen membeli secara spontan atau tidak direncanakan yang akhirnya mengakibatkan perilaku yang konsumtif.

Selain gaya hidup, faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah media sosial. Ada banyak penyebab perilaku konsumtif seperti kemajuan teknologi yang memudahkan pembelian secara online melalui media sosial. Salah satu penyebab perilaku konsumtif adalah terpengaruh media sosial (Luthfatul Amaliya, 2017). Menurut penelitian (Fransisca & Erdiansyah, 2020) menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Munculnya media sosial mengenalkan individu kepada dunia yang lebih luas seperti informasi maupun teknologi yang terus berkembang yang mampu membentuk persepsi mereka untuk mengikuti segala bentuk perubahan yang terjadi. Dengan adanya media sosial mendorong seseorang berperilaku konsumtif, berawal dari melihat profil atau snapgram yang

diunggah oleh teman di sosial media dapat membuat rasa iri dan keinginan untuk mengejar kekuasaan dalam diri orang tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan pengaruh media sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau. Adapun penelitian ini diberi judul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau".

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Riau. Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Januari sampai bulan Maret 2022. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau. Metode pengambilan sampel menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10% dengan teknik sampling yaitu *random sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan angket yang dibagikan melalui *google form*. Data yang dikumpulkan berupa data kuantitatif.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda yang sebelumnya dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikoleniaritas dan uji heterokedatisitas. Hasil analisis digunakan untuk mengetahui pengaruh media sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan juga uji prasyarat analisis seperti dibawah ini:

Analisis Deskriptif Media Sosial

Media sosial adalah suatu wadah untuk berkomunikasi, berbagi, bertukar informasi, serta membentuk sebuah komunitas dan memperluas wawasan secara online sehingga dapat diakses dimanapun dan kapanpun dibutuhkan. Data mengenai media sosial diperoleh melalui angket penelitian dengan jumlah item 7 butir pernyataan. Skor yang digunakan dalam angket adalah 1 sampai 5. Hasil analisis deskriptif variabel media sosial mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Deskriptif Variabel Media Sosial

No	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	29,5-35	Sangat Tinggi	3	2,19
2	23,9-29,4	Tinggi	94	68,6
3	18,3-23,8	Sedang	35	25,5
4	12,7-18,2	Rendah	4	2,92
5	7-12,6	Sangat Rendah	1	0,73
Jumlah			137	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa media sosial mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau menurut jawaban sebagian responden yaitu 2% termasuk dalam kategori sangat tinggi, 69% termasuk dalam kategori tinggi, 26% termasuk dalam kategori sedang, 3% termasuk dalam kategori rendah dan selanjutnya 1% termasuk dalam kategori sangat rendah. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau secara umum berada dalam kategori kategori tinggi.

Analisis Deskriptif Gaya Hidup

Gaya hidup adalah keseluruhan diri seseorang dalam kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan mengalokasikan waktu yang dimilikinya. Data mengenai gaya hidup diperoleh melalui angket penelitian dengan jumlah item 7 butir pernyataan. Skor yang digunakan dalam angket adalah 1

sampai 5. Hasil analisis deskriptif variabel gaya hidup mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Data Deskriptif Variabel Gaya Hidup

No	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	29,5-35	Sangat Tinggi	1	0,73
2	23,9-29,4	Tinggi	55	40,15
3	18,3-23,8	Sedang	59	43,07
4	12,7-18,2	Rendah	21	15,33
5	7-12,6	Sangat Rendah	1	0,73
Jumlah			137	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa gaya hidup mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau menurut jawaban sebagian responden yaitu 1% termasuk dalam kategori sangat tinggi, 40% termasuk dalam kategori tinggi, 43% termasuk dalam kategori sedang, 15% termasuk dalam kategori rendah dan selanjutnya 1% termasuk dalam kategori sangat rendah. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau secara umum berada dalam kategori sedang.

Analisis Deskriptif Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang berlebihan dalam membeli atau mengkonsumsi suatu barang atau jasa yang lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. Data mengenai perilaku konsumtif mahasiswa diperoleh melalui angket penelitian dengan jumlah item 7 butir pernyataan. Skor yang digunakan dalam angket adalah 1 sampai 5. Hasil analisis deskriptif variabel perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Data Deskriptif Variabel Perilaku Konsumtif

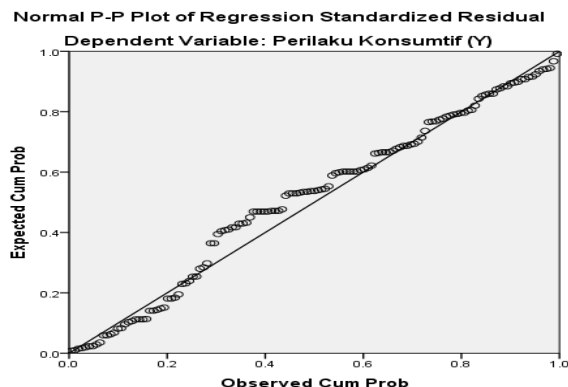
No	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	29,5-35	Sangat Tinggi	13	9,49
2	23,9-29,4	Tinggi	85	62,04
3	18,3-23,8	Sedang	31	22,63
4	12,7-18,2	Rendah	46	4,38
5	7-12,6	Sangat Rendah	2	1,46
Jumlah			137	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau menurut jawaban sebagian responden yaitu 9% termasuk dalam kategori sangat tinggi, 62% termasuk dalam kategori tinggi, 23% termasuk dalam kategori sedang, 4% termasuk dalam kategori rendah, dan selanjutnya 1% termasuk dalam kategori sangat rendah. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau secara umum berada dalam kategori tinggi.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang akan digunakan dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan metode *Normal Probability Plot* dengan bantuan perhitungan SPSS for windows ver. 22. Model regresi dikatakan berdistribusi normal jika datang plotting (titik-titik) yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan gambar 1 hasil uji normalitas dengan uji statistik normal probability plot terlihat bahwa titik-titik mengikuti garis diagonal. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi (hubungan kuat) antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Kriterianya, jika nilai Tolerance > 0,100 dan nilai VIF < 10,00, maka tidak terjadi gejala multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients^a

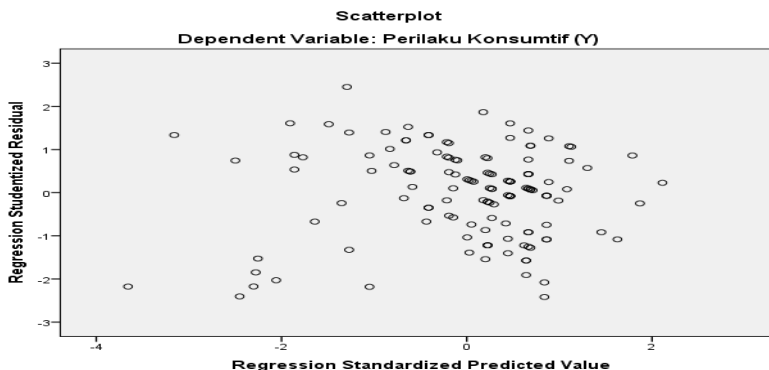
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.282	2.544		.504	.615		
	Media Sosial (X1)	.491	.108	.331	4.531	.000	.820	1.220
	Gaya Hidup (X2)	.549	.093	.429	5.883	.000	.820	1.220

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui pada *coefficients* bahwa nilai tolerance dari media sosial (X1) sebesar 0,820 dan gaya hidup (X2) sebesar 0,820, artinya nilai ini lebih besar dari 0,100 (0,820 > 0,100). Kemudian nilai VIF dari media sosial (X1) sebesar 1,220 dan gaya hidup (X2) sebesar 1,220, artinya nilai ini lebih kecil dari 10,00. Oleh karena itu, sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk menguji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan mengamati grafik *Scatterplot* dengan pola titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah sumbu Y. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan Gambar 2 diatas dapat diketahui pada *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara baik serta menyebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas pada model regresi ini.

Uji Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda untuk menentukan hubungan antara dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil analisis regresi linear berganda didapatkan melalui pengolahan data SPSS versi 22 dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.282	2.544		.504	.615
Media Sosial (X1)	.491	.108	.331	4.531	.000
Gaya Hidup (X2)	.549	.093	.429	5.883	.000

Sumber: Data Olahan, 2022

Dari Tabel 5 dapat dilihat hasil SPSS menunjukkan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut ini:

$$Y = 1,282 + 0,491 (X_1) + 0,549 (X_2) + \epsilon$$

Adapun uraian tersebut sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 1,282 artinya jika tidak ada media sosial dan gaya hidup maka nilai konsisten perilaku konsumtif adalah sebesar 1,282.
2. Koefisien regresi variabel media sosial 0,491 dan gaya hidup 0,549 artinya setiap penambahan 1% media sosial dan gaya hidup, perilaku konsumtif akan meningkat sebesar 0,491 dan 0,549 satuan karena nilai koefisien regresi bernilai positif. Jadi dapat dinyatakan bahwa media sosial dan gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.
3. Nilai t-hitung media sosial sebesar 4,531 lebih besar dari nilai t-tabel 1,976 dan nilai t-hitung gaya hidup sebesar 5,883 lebih besar dari nilai t-tabel 1,976. Dengan nilai signifikansi media sosial dan gaya hidup sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,005. Sehingga dapat disimpulkan ada pengaruh signifikan media sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

Uji T

Uji T digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu media sosial dan gaya hidup secara parsial terhadap variabel dependen yaitu perilaku konsumtif. Dimana dasar pengambilan uji T yaitu:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, artinya Variabel X berpengaruh secara parsial terhadap Variabel Y.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, artinya Variabel X tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y.

Dari Tabel 5 diketahui nilai T_{hitung} dari Media Sosial (X1) sebesar 4,531 dan Gaya Hidup (X2) sebesar 5,883. Dengan nilai signifikansi dari Media Sosial (X1) dan Gaya Hidup (X2) sebesar 0,000. Berdasarkan nilai tersebut maka kesimpulannya adalah media sosial dan gaya hidup secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau.

Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu media sosial dan gaya hidup secara simultan terhadap variabel dependen yaitu perilaku konsumtif. Dimana dasar pengambilan keputusan uji F yaitu:

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, artinya variabel X secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y.
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima, artinya variabel X secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

Tabel 7. Hasil Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	844.895	2	422.447	47.430	.000 ^p
	Residual	1193.514	134	8.907		
	Total	2038.409	136			

Sumber: Data Olahan, 2022

Dari tabel 4.20 diketahui nilai F_{hitung} yaitu 47,43 $>$ F_{tabel} 3,00. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 $<$ 0,05. Berdasarkan nilai tersebut maka H_0 ditolak, artinya media sosial dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau.

Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen yaitu media sosial dan gaya hidup mampu berkontribusi terhadap variabel dependen yaitu perilaku konsumtif mahasiswa dalam satuan persentase. Persentase tersebut menunjukkan seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Semakin besar koefisien determinasinya, maka semakin baik variabel independen dalam menjelaskan dependen. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 6

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.644 ^a	.414	.406	2.984

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat hasil analisis koefisien determinasi (R^2) diketahui R Square sebesar 0,414 atau 41,4%. Artinya besarnya kontribusi/sumbangan media sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 41,4%. Sedangkan sisanya 58,6% berasal dari variabel lain selain variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dapat dilihat dari tabel 4.6 hasil uji t diperoleh nilai $T_{hitung} 4,531 > T_{tabel} 1,976$. Dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga disimpulkan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fransisca dan Erdiansyah (2020) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara media sosial terhadap perilaku konsumtif. Dalam penelitiannya disimpulkan bahwa intensitas perbincangan yang dilakukan di media sosial dapat memengaruhi perilaku konsumtif seseorang, semakin tinggi intensitas perbincangan pada media sosial maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Begitu juga dengan penelitian Kadeni dan Ninik Sijani (2018) menyimpulkan media sosial memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Dengan adanya media sosial mampu merubah pola pikir dan gaya hidup seseorang untuk cenderung konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat penggunaan media sosial maka akan semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtifnya. Penggunaan media sosial memberikan kontribusi yang cukup besar untuk mempengaruhi seseorang untuk mengikuti apa yang sedang ramai digunakan orang sehingga menimbulkan perilaku yang konsumtif. Dengan adanya media sosial membuat seseorang berlomba-lomba untuk menampilkan postingan yang membuat dirinya merasa keren karena telah mengikuti atau memakai produk yang sedang tren. Iklan-iklan yang begitu banyak di media sosial membuat seseorang mudah terpengaruh dan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan tersebut.

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dapat dilihat dari tabel 4.6 hasil uji t diperoleh nilai $T_{hitung} 5,883 > T_{tabel} 1,976$. Dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga disimpulkan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kanserina (2015) yang menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup seseorang maka akan semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtifnya dan sebaliknya. Perilaku konsumtif terjadi ketika gaya hidup yang dianut seorang menjadi tidak ada batasan dan tidak rasional lagi. Kesimpulannya adalah gaya hidup sangat menentukan individu dalam memiliki sikap berbelanja tertentu sesuai pola hidup yang dianut. Adanya gengsi dan timbul kepercayaan diri dari generasi remaja yang sedang mengalami perkembangan sehingga cenderung ingin tahu tentang hal-hal baru yang diamatinya sehingga menjadikan mereka berperilaku konsumtif.

Pengaruh Media Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti menunjukkan bahwa media sosial dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dapat dilihat dari tabel 4.7 hasil uji F diketahui nilai F_{hitung} yaitu $47,43 > F_{tabel} 3,00$. Dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan nilai tersebut maka H_0 ditolak, artinya media sosial dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau sebesar 41,4%. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Annisa Adzkiya (2017) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara gaya hidup dan media sosial terhadap perilaku konsumtif. Begitu juga dengan Kusumo Endah Pinasti (2018) Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel gaya hidup dan media sosial

berpengaruh langsung secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Namun menurut penelitian Putri (2016) menyatakan bahwa media sosial tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, media sosial belum mampu meningkatkan nilai keputusan pembelian karena kebanyakan dari konsumennya masih melakukan pembelian secara konvensional.

Hal ini menunjukkan bahwa media sosial dan gaya hidup menentukan seseorang dalam berperilaku konsumtif. Semakin tinggi tingkat penggunaan media sosial dan tingkat gaya hidup seseorang maka akan semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtifnya. Hal ini dikarenakan seseorang yang aktif menggunakan media sosial cenderung meningkatkan gaya hidup yang mewah mengikuti orang kebanyakan. Kesimpulannya adalah gaya hidup dan media sosial sangat menentukan individu dalam memiliki sikap berbelanja tertentu sesuai pola hidup yang dianut sehingga menjadikan mereka berperilaku konsumtif.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Media sosial dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan secara bersamaan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 41,4%. Sedangkan sisanya 58,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Selanjutnya penulis memberikan rekomendasi yang diharapkan dapat memberikan manfaat dari penelitian ini yakni bagi mahasiswa, agar lebih bijak mengatur penggunaan media sosial dan mengurangi tingkat gaya hidup mewah agar bisa terhindar dari perilaku konsumtif serta bagi peneliti selanjutnya agar dapat menambahkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adzkiya, A. (2018). *Analisis perilaku konsumtif dan faktor pendorongnya: Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Angkatan 2017*.
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). *Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja*. 3(3), 131–140.
- Dikria, O. (2016). Pengaruh literasi keuangan dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan ekonomi pembangunan fakultas ekonomi universitas negeri malang angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 09(2), 128–139.
- Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2020). Media Sosial dan Perilaku Konsumtif. *Prologia*, 4(2), 435–439.
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2012). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*, 11(1).
- Kadeni, N. S. (2018). Pengaruh Media Sosial Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Equilibrium*, 6.
- Kanserina, D., Ekonomi, J. P., & Ekonomi, F. (2015). *Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015*. 1.
- Luthfatul Amaliya, K. S. (2017). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumti Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Semarang). *Economic Education Analysis Journal*, 6(3), 835–842.
- Pinasti, K. E. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Pada Siswa Sma Negeri Wonosobo. *Skripsi, Universitas Negeri Semarang*.
- RM Riadi, Sri Kartikowati, S. (2018). Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial FKIP Universitas Riau. *JOM FKIP*, 5, 1–10.
- Suyasa, Y. F. (2005). Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaran. *Jurnal Pronesis*. Desember 7 (2): 172-199.