

PENGARUH GAYA HIDUP DAN KONSEP DIRI TERHADAP PERILKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR

AUSKARNI

Program Studi Manajenen
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Makassar
E-mail: auskarni97@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan konsep diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Universitas Negeri Makassar. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 2757 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar dan ditarik sampel sebanyak 96 mahasiswa. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan regresi. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dokumentasi dan penyebaran angket (kuisioner). Teknik analisis yang digunakan yaitu regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel gaya hidup (X_1) berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif (Y) dengan nilai T_{hitung} (5,732) > T_{tabel} (1,985) dan variabel konsep diri (X_2) berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif (Y) dengan nilai T_{hitung} (3,085) > T_{tabel} (1,985), sedangkan secara simultan variabel gaya hidup (X_1) dan konsep diri (X_2) berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif (Y) dengan nilai F_{hitung} (51,087) > F_{tabel} (3,10).

Kata kunci : Gaya Hidup, Konsep Diri, dan Perilaku Konsumtif

A. Pendahuluan

Dengan adanya pengaruh zaman dan perkembangan prodak yang semakin cepat dan dinamis berdampak pada pola konsumsi masyarakat terutama pada usia remaja. Teori-teori tentang tingkatan level pemenuhan kebutuhan seakan tidak dipedulikan lagi demi mengikuti tren yang akhirnya berdampak pada kurangnya kesadaran dalam menentukan prioritas dalam berbelanja atau dapat dikatakan bahwa remaja kadang mendahulukan keinginan daripada kebutuhan yang sebetulnya lebih penting.

Menurut Triyaningsih (2011:175) Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli dan menggunakan barang yang tidak didasari atas pertimbangan secara rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi sesuatu tanpa batas dimana individu lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan serta ditandai dengan adanya kebutuhan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang paling mewah memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik.

Berdasarkan aspek-aspek yang terdapat dalam teori Erich Fromm (Kolila, 2008:27) yang dapat disimpulkan karakteristik umum perilaku konsumtif yaitu pembelian yang impulsif, pembelian yang tidak rasional, dan pembelian yang bersifat pemborosan.

Pembelian yang tidak rasional juga banyak dilakukan oleh para konsumen dengan motif emosional. Banyak faktor emosional yang berkaitan dengan keputusan seseorang dalam membeli suatu produk seperti rasa cinta, kenyamanan, kebanggaan, kepraktisan dan status sosial, hingga karena hanya ingin bersenang-senang.

Pengaruh globalisasi yang telah menyebabkan munculnya perilaku konsumtif di Indonesia pada kalangan remaja dan anak muda sangat kelihatan nyata di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, Jogjakarta, hingga Makassar. Di Indonesia berdiri banyak Universitas Negeri maupun Universitas Swasta yang sudah bukan menjadi rahasia umum lagi bahwa keberadaan dari institusi pendidikan tersebut saat ini tidak semata-mata sebagai tempat

menimba ilmu, melainkan pula sebagai tempat berlangsungnya ajang popularitas dan membentuk citra diri dalam rangka mempertahankan eksistensi guna mendapatkan pengakuan sosial yang berarti di kalangan mahasiswa. Hal tersebut kemudian telah menciptakan perubahan gaya hidup, mulai dari cara berpakaian, makanan yang dikonsumsi, barang-barang bermerek, dan lain-lain.

Keinginan untuk selalu tampil menarik, mengikuti tren, memiliki barang-barang elektronik yang canggih, serta adanya kebiasaan-kebiasaan seperti nongkrong di tempat-tempat gaul, nonton film di bioskop, karaoke, berbelanja produk-produk mahal dan kesenangan lainnya menjadi realita yang terjadi di kalangan mahasiswa saat ini.

Banyaknya jumlah mahasiswa di kota-kota besar di Indonesia menjadikan mahasiswa sebagai pangsa pasar tersendiri yang cukup menjanjikan bagi para pelaku bisnis. Gaya hidup tersebut dapat dilihat mulai dari cara bergaul. Mereka yang mengadopsi tren ini biasanya akan selalu berpenampilan menarik, mengenakan fashion bermerek (mulai dari pakaian, tas, sepatu, dll), mengenakan model pakai yang sedang *happening* (biasanya digandrungi oleh mahasiswi), mengikuti perkembangan zaman dengan sangat cepat (biasanya suka mengganti-ganti merek *gadget* yang digunakan, merek kacamata, dll), dan rata-rata cara berpenampilan tersebut cenderung memperlihatkan standar hidup yang menengah ke atas. Dalam melakukan keputusan membeli tidaklah mudah, banyak faktor yang dapat mempengaruhi hal itu. Baik dari faktor internal/dari dalam diri konsumen ataupun pengaruh eksternal yaitu rangsangan yang dilakukan oleh perusahaan dan perusahaan harus mampu mengidentifikasi perilaku konsumen, agar dapat memenangkan persaingan. Keputusan membeli dapat dipengaruhi oleh lingkungan terutama perilaku konsumen.

Tidak dipungkiri bahwa perubahan lingkungan sosial, tak jarang menuntut pula terjadinya peningkatan gaya hidup (*lifestyle*). Gaya hidup adalah ciri sebuah dunia modern. Oleh karena itu, siapapun yang hidup dalam masyarakat modern akan senantiasa mengalami perubahan pola perilaku. Salah satunya adalah perilaku konsumtif yang terjadi di Indonesia

merupakan perubahan gaya hidup yang melanda kalangan remaja serta anak muda yang mayoritasnya adalah mahasiswa. Pola konsumtif inipun kemudian dirasa sangat mengkhawatirkan manakala telah meninggalkan bahkan menghilangkan pola hidup produktif.

Selain faktor dari gaya hidup, hal lain yang juga menuntukan pola konsumsi mahasiswa yaitu konsep diri. Razmus dkk (Faradila, 2017:4) menyebut Individu yang memiliki konsep diri yang negatif akan cenderung ingin berbeda dan dikatakan lebih baik dari orang lain akan mengubah penampilannya dengan cara membeli barang-barang yang sedang trend dan mewah untuk menunjang penampilannya, tujuannya adalah agar dipandang baik oleh orang lain dan sebagai sarana menutupi kekurangannya.

Konsep diri merupakan pandangan terhadap diri sendiri yang meliputi dimensi pengetahuan tentang diri sendiri, pengharapan mengenai diri sendiri, dan penilaian tentang diri sendiri. Berbeda dengan kepribadian, konsep diri bukanlah faktor bawaan, tetapi konsep diri berkembang dalam diri seseorang melalui pengalaman, kemudian dipelajari, serta adanya interaksi dengan orang lain. Konsep diri merupakan semua perasaan, kepercayaan dan nilai yang diketahui individu tentang dirinya sendiri serta adanya pengaruh dalam hubungan dengan orang lain. Konsep diri merupakan evaluasi secara menyeluruh baik dari persepsi atau pandanganpandangan terhadap dirinya sendiri. Konsep diri merupakan identitas diri sebagai skema dasar yang terdiri atas kumpulan keyakinan dan sikap terhadap diri sendiri yang terorganisir.

Setiap individu mempunyai konsep diri yang berbeda. Individu yang mempunyai konsep diri negatif adalah individu yang melihat dirinya selalu gagal, tidak mampu, dan mempunyai pandangan buruk terhadap dirinya. Sebaliknya individu yang mempunyai konsep diri positif adalah individu yang mempunyai pandangan yang menyenangkan terhadap dirinya, akan menerima dirinya secara apa adanya dan mempunyai kepercayaan diri.

Konsep diri merupakan salah satu faktor munculnya perilaku konsumtif yang berarti konsep diri mempunyai andil dalam mempengaruhi perilaku konsumtif. Di satu sisi

seseorang memiliki konsep dan prinsip tentang cara berpakaian yang baik, namun di sisi lain mereka terkadang tidak bisa menolak tawaran konsep cara berpakaian yang baik itu sehingga keputusan memakai barang-barang dengan alasan ingin berpenampilan menarik.

Membeli sesuatu untuk memenuhi kebutuhan sebenarnya tidak menjadi masalah bahkan sudah menjadi hal yang biasa atau lumrah pada kehidupan sehari-hari, selama membeli itu benar-benar ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang pokok dan benar-benar dibutuhkan atau kebutuhan primer. Seperti contoh membeli handphone untuk alat komunikasi. Namun yang akan menjadi permasalahan ketika dalam usaha memenuhi kebutuhan tersebut seseorang atau terlebih khusus mahasiswa mengembangkan perilaku yang mengarah pada pola konsumtif seperti memiliki alat komunikasi yang melebihi kebutuhan atau selalu mengganti *handphone* dengan alasan mengikuti tren.

Mahasiswa yang berperilaku konsumtif mengalami perubahan pola konsumsi, dimana terdapat batas yang bias antara kebutuhan pokok dan kebutuhan tersier. Pola konsumsi mahasiswa yang berubah mengakibatkan mahasiswa tidak cermat dalam mengatur keuangan yaitu bukan berdasarkan skala prioritas, tetapi dipengaruhi oleh teman dan lingkungannya. Akibatnya hal ini menimbulkan dilema antara pemenuhan kebutuhan pokok yang pada kenyataannya lebih penting dengan pemenuhan kebutuhan gaya hidup untuk memenuhi simbol yang diterima oleh lingkungannya.

Mahasiswa yang sejatinya merupakan akademisi yang harusnya lebih memprioritaskan kebutuhan-kebutuhan akademiknya demi menunjang proses kuliah justru karena perkembangan zaman jadi terlena akan gaya hidup konsumtif. Kurangnya kesadaran untuk menentukan skala prioritas dalam membeli suatu produk akhirnya berdampak pada pembelian atau pengonsumsi produk yang justru bukan merupakan kebutuhan yang terlalu penting bagi seorang mahasiswa.

Perilaku konsumtif tentu akan membawa dampak yang negatif bagi seseorang salah satunya jika perilaku tersebut tidak di dukung dengan keseimbangan antara pendapatan dan

pengeluaran. Perilaku ini akan membawa masalah ekonomi bagi dirinya sendiri dan keluarganya.

Berdasarkan latar belakang di atas tersebut maka peneliti merasa penting untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Gaya Hidup dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar”**

B. Kajian Teori

Pendapat yang lain dikemukakan Setiaji (1995: 32) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. Sebagai akibatnya mereka kemudian membelanjakan uangnya dengan membabi buta dan tidak rasional, sekedar untuk mendapatkan barang-barang yang menurut anggapan mereka dapat menjadi simbol keistimewaan.

Piliang (Heni, 2013:3): Melengkapi dengan menjelaskan bahwa perilaku konsumtif ditandai dengan adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang dianggap mahal dan memberikan kepuasan serta kenyamanan fisik sebesar-besarnya.

Menurut Sumartono (2002:117) perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu di luar kebutuhan (*need*) tetapi sudah kepada faktor keinginan (*want*).

Maslow (Ferrinadewi, 2008:23) mengatakan bahwa kebutuhan manusia tersusun dalam hierarki yang paling mendesak sampai yang kurang mendesak. Berdasarkan tingkat kepentingannya, kebutuhan-kebutuhan tersebut adalah kebutuhan fisik, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan, dan kebutuhan aktualisasi diri. Jika seseorang berhasil memuaskan kebutuhannya yang penting, maka ia akan berusaha untuk memuaskan kebutuhan penting berikutnya. Hal ini berarti kepuasan dalam diri manusia bersifat sementara. Keinginan yang menuntut kepuasan dapat mendorong seseorang untuk berperilaku konsumtif.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan konsumen dalam mendapatkan, menggunakan, dan mengambil keputusan dalam memilih suatu barang yang belum menjadi kebutuhannya serta bukan menjadi prioritas utama, hanya karena ingin mengikuti mode, mencoba produk baru, bahkan hanya untuk memperoleh pengakuan sosial dengan dominasi faktor emosi sehingga menimbulkan perilaku konsumtif.

Berdasarkan aspek-aspek yang terdapat dalam teori Erich Fromm (Kholila, 2008: 27) yang dapat disimpulkan karakteristik umum perilaku konsumtif yaitu:

- a. Pembelian yang impulsive
Adalah pembelian yang dilakukan tanpa rencana. Pembelian itu dibagi menjadi dua, yaitu pembelian yang disugesti (*Sugesti Buying*) dan pembelian tanpa rencana berdasarkan ide saran orang lain. Sedangkan pembelian pengingat adalah pembelian tanpa rencana yang didasarkan pada ingatan saja.
- b. Pembelian yang tidak rasional
Adalah pembelian yang dilakukan berdasarkan motif emosional. Faktor emosional berkaitan dengan perasaan atau emosi seseorang seperti rasa cinta, kenyamanan, kebanggaan, kepraktisan dan status sosial. Perbedaan dengan faktor rasional yang menekankan pada kebutuhan yang sesungguhnya.
- c. Pembelian yang bersifat pemborosan
Adalah pembelian yang mengeluarkan uang yang lebih besar daripada pendapatannya yang digunakan untuk hal-hal yang kurang diperlukan.

Menurut Setiadi (2003:77), Gaya hidup secara luas diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya.

Mowen dan Minor (2002:282) mengatakan gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang menjalankan hidup, membelanjakan uang, dan memanfaatkan waktunya. Gaya hidup dalam pandangan ekonomi menunjukkan

bagaimana seorang individu mengalokasikan pendapatannya dan bagaimana pola konsuminya.

Chaney (Pawanti, 2013:4) menjelaskan bahwa gaya hidup sebagai pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain. Gaya hidup merupakan bagian dari kehidupan sosial sehari-hari dunia modern. Salah satu gaya hidup yang terlihat pada saat ini adalah gaya hidup hedonis. Menurut Chaney, gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disenanginya, selalu ingin menjadi pusat perhatian.

Gaya hidup adalah kebiasaan tentang bagaimana seorang menghabiskan waktu, memanfaatkan waktu dan bagaimana menggunakan uangnya dalam memenuhi kesenangan dirinya. Gaya hidup hedonis menjadi salah satu pola hidup yang mengerikan dan membuat orang hanya memikirkan hal-hal yang disenanginya sehingga menjadi egois dalam mengatur hidupnya. Gaya hidup dipengaruhi oleh apa yang ada disekitarnya, seperti menjamurnya pusat perbelanjaan, manusia disekitarnya, kegiatan yang disukainya dan sebagainya.

Hurlock (Nastiti, 2018:795) menyatakan bahwa konsep diri sebenarnya adalah konsep seseorang tentang siapa dirinya. Konsep ini merupakan bayangan cermin, yang ditentukan sebagian besar oleh peran dan hubungan dengan orang lain, dan reaksi orang lain terhadapnya. Persepsi tersebut meliputi cara pandang dirinya terhadap fisik, jenis kelamin, kognisi sosial, pekerjaan, motivasi, tujuan maupun emosi. Persepsi itu dibentuk dari kesimpulan atas pengalamannya.

Menurut Agustiani (2006:139) konsep diri merupakan gambaran yang dimiliki seseorang tentang dirinya sendiri yang dibentuk melalui pengalaman yang diperoleh dari interaksi dengan lingkungan. Konsep diri menurutnya bukanlah faktor bawaan melainkan berkembang lewat pengalaman. Fitts (Agustiani, 2006:139) mengemukakan bahwa konsep diri adalah aspek penting dalam diri seseorang karena konsep diri merupakan kerangka acuan dalam berinteraksi dengan lingkungan. Ia menambahkan konsep diri

dapat berpengaruh terhadap tingkah laku seseorang, karena tampilan tingkah laku berkaitan dengan gagasan tentang dirinya sendiri.

Arni (2016:18) konsep diri merupakan gambaran, penilaian, persepsi, dan harapan seseorang tentang kualitas dirinya baik dari segi fisik, psikologis maupun sosial. Konsep diri dibentuk melalui pengalaman-pengalaman yang diperoleh dari interaksi dengan lingkungan. Hubungan dengan orang lain serta reaksi orang lain terhadap dirinya akan mempengaruhi konsep diri seseorang.

Rasmus dkk (Faradila, 2017:4) menyebut: Individu yang memiliki konsep diri yang negatif akan cenderung ingin berbeda dan dikatakan lebih baik dari orang lain akan mengubah penampilannya dengan cara membeli barang-barang yang sedang trend dan mewah untuk menunjang penampilannya, tujuannya adalah agar dipandang baik oleh orang lain dan sebagai sarana menutupi kekurangannya.

Berzonsky (Kristanti, 2008:11) menyebutkan untuk mengetahui konsep diri seseorang maka dapat dilihat lewat penilaian terhadap dirinya. Penilaian konsep diri tersebut meliputi:

- a. Aspek fisik, aspek ini meliputi penilaian individu terhadap segala sesuatu yang dimilikinya seperti tubuh, pakaian serta benda-benda yang dimilikinya.
- b. Aspek psikis, aspek ini meliputi pikiran, perasaan dan sikap yang dimiliki individu terhadap dirinya sendiri.
- c. Aspek sosial, aspek ini meliputi bagaimana peranan sosial yang diperankan oleh individu dan penilaian individu terhadap peranannya tersebut.
- d. Aspek moral, aspek ini meliputi nilai dan prinsip yang memberi arti serta arah bagi kehidupan seseorang.

C. Metode Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri atas variabel bebas yaitu gaya hidup dan konsep diri, serta variabel terikat yaitu gaya hidup. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 2757 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar dan ditarik sampel sebanyak 96 mahasiswa. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan regresi. Teknik

pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dokumentasi dan penyebaran angket (kuisisioner). Teknik analisis yang digunakan yaitu regresi linear berganda.

D. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa variabel gaya hidup memiliki $T_{hitung} (5,732) > T_{tabel} (1,985)$ dan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$, maka hipotesis H1 diterima yang berarti Gaya hidup (X1) berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif (Y) mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. Dan variabel konsep diri memiliki $T_{hitung} (3,085) > T_{tabel} (1,985)$ dan taraf signifikansi $0,003 < 0,05$, maka hipotesis H2 diterima yang berarti Konsep diri (X2) berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif (Y) mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.

Berdasarkan hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa $F_{hitung} (51,087) > F_{tabel} (3,10)$ dan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$, maka hipotesis H3 diterima yang berarti Gaya hidup (X1) dan konsep diri (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif (Y) mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.

Pada variabel gaya hidup indikator minat merupakan indikator dengan poin paling banyak dimana pada salah satu pertanyaan “saya meluangkan waktu untuk melakukan hal-hal yang saya senangi” terdapat 40 responden yang setuju dan 32 responden yang sangat setuju, dan hanya 1 responden yang sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup responden banyak dipengaruhi oleh hal-hal yang mereka senangi, Minat atau kesenangan terhadap barang tertentu biasanya di pengaruhi oleh kebiasaan dan kegemaran seorang mahasiswa, salah satu contoh yang paling banyak dilihat di kalangan mahasiswa adalah kegemaran terhadap permainan online dan bermaian sosial media, tentunya mahasiswa yang memiliki minat tersebut akan banyak mengonsumsi barang yang sesuai seperti kuota internet, *gems toop up*, ataupun lebih cenderung terpengaruh berbelanja *online*.

Selain minat, aktifitas dan dan opini juga banyak menentukan gaya hidup seseorang,

seseorang mahasiswa yang banyak meluankan aktifitasnya ditempat perbelanjaan misalnya, mall, cafe, ataupun tempat hiburan cenderung akan lebih banyak melakukan kegiatan belanja sehingga intensitas dalam berbelanja juga tinggi. Dari aspek opini, mahasiswa cenderung akan menginsumsi barnag yang sesuai dengan pengetahuan dan opini mereka seperti, barang apa yang mereka ketahui ataupun barang apa yang lagi banyak di gunakan di lingkungan mereka.

Hal ini menunjukkan gaya hidup pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar menentukan perilaku konsumtifnya, dimana gaya hidup yang tinggi akan menyebabkan pola konsumsi yang tinggi dan menyebabkan perilaku konsmtif.

Pada variabel konsep diri indikator moral merupakan indikator dengan poin paling banyak dimana pada salah satu pertanyaan “ saya ingin memberi manfaat bagi orang lain” terdapat 20 responden yang setuju dan 63 responden yang sangat setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan konsep diri responden salah satunya sangat ditentukan aspek moral, artinya responden ingin memiliki konsep diri sebagai orang yang dapat bermanfaat bagi orang lain. Memberi manfaat memang merupakan hal yang baik, namun memberi manfaat bagi orang lain memerlukan pengorbanan materi maupun non materi, salah satu contoh yang sering dilihat di kalangan mahasiswa seperti, mentraktir jajan, membelikan hadiah dan lain lain.

Selain aspek moral, aspek fisik, psikis, sosial juga menentukan konsep diri seseorang. Seseorang mahasiswa yang ingin memiliki konsep diri secara fisik dilihat baik oleh orang lain akan cenderung membeli produk-produk untuk membuat penampilan fisiknya terlihat lebih baik seperti pakaian, kosmetik, dan barang penunjang fisik lainnya. Begitu juga dari aspek psikis, seseorang mahasiswa cenderung akan membeli barang yang membuat mereka senang dan bahagia, seperti membeli barang merek favorit ataupun membeli barang yang berhubungan dengan idola mereka. Dari aspek sosial, seseorang mahasiswa cenderung akan membeli barang yang dapat menunjang kehidupan sosialnya.

Hal ini menunjukkan konsep diri pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar menentukan perilaku konsumtifnya, dimana seseorang mahasiswa yang ingin memiliki konsep diri yang baik cenderung akan banyak mengonsumsi produk-produk untuk memperbaiki konsep dirinya dan hal tersebut menyebabkan perilaku konsumtif.

E. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Gaya Hidup dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara parsial gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.
2. Secara parsial konsep diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.
3. Secara simultan gaya hidup dan konsep diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada mahasiswa agar dapat mengurangi perilaku konsumtif dengan membiasakan hidup hemat.
2. Diharapkan kepada mahasiswa agar tidak mudah terpengaru oleh lingkungan sekitar yang bisa menyebabkan perilaku konsumtif.
3. Diharapkan kepada mahasiswa memperbaiki gaya hidup dan konsep diri dengan menanamkan nilai-nilai ekonomis, seperti tidak memaksakan hidup mewah, tidak memaksakan diri untuk selalu membeli barang-barang yang mahal dan yang sedang *trend* apabila uang yang dimiliki tidak mencukupi, serta percaya diri terhadap diri sendiri dengan kondisi apapun.
4. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya melakukan penelitian lebih dalam untuk lebih mengetahui akar permasalahan dari

perilaku konsumtif dan diharapkan untuk mengkaji masalah ini dengan jangkauan yang lebih luas dengan menambah variabel lain yang belum terungkap dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Agustiani, H. 2006. *Psikologi Perkembangan Pendekatan Ekologi Kaitannya Dengan Konsep Diri Pada Remaja*. Replika Aditama.
- Berzonsky, M.D. 1981. *Adolescent Development*. New York: MacMilan Publishing. Co Inc.
- Ferrinadewi, Erna, 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Fromm, Erich. 2008. *The Sane Society*. Abingdon: Routledge.
- Heni, S. A. 2013. *Hubungan Antara Kontrol Diri dan Syukur Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja SMA IT Abu Bakar Yogyakarta*. Skripsi Universitas Ahmad Dahlan: Tidak Diterbitkan.
- Mowen, John & Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Nastiti, Dewinta Ayu. 2017. *Hubungan Antara Konsep Diri Dan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswa Di Smk Negeri 1 Samarinda*. ejournal.psikologi.fisip-unmul.ac.id.
- Pawanti, M. H. 2013. *Masyarakat Konsumeris Menurut Konsep Pemikiran Jean Baudrillard*. Depok: Universitas Indonesia.
- Rasmus dkk. 2017. *Personal aspirations and brand engagement in self-concept*. Journal Personality and Individual Differences. Vol. 105,294-299.
- Setiadi, N, J. 2003. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Kencana
- Setiaji, B. 1995. *Konsumerisme*. Akademika. No. 1. Tahun XIII. Surakarta Muhammadiyah University Press.
- Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan*. Bandung: Alfabeta.
- Triyaningsih. 2011. *Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 11, No. 2, Oktober 2011: 172 – 177