

**PENGARUH LINGKUNGAN SOSIAL DAN GAYA HIDUP
TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI FKIP UNS**

Hartiyani Sadu Budanti, Mintasih Indriayu & Muhammad Sabandi.

*Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas Sebelas Maret

Email: hartiyanisadu@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) the influence of social environment towards students' consumption behavior. (2) The influence of lifestyle towards students' consumption behavior. (3) the influence of social environment and lifestyle towards students' consumption behavior of Economic Education Study Program Teacher Training and Education Faculty Sebelas Maret University of Surakarta. The research method used is descriptive method with quantitative approach. The sample used is 128 students of Economic Education Study program. Data analysis techniques used is multiple linear regression analysis. Based on the results of the study, it can be concluded that: There is significant influence between social environment and lifestyle towards students' consumption behavior of Economic Education Study Program Teacher Training and Education Faculty Sebelas Maret University of Surakarta. The value of coefficient of determination (adjusted R²) of 0.095, meaning 9,5% of student consumption behavior is influenced by social environment and lifestyle, while 90,5% is influenced by other factor.

Keywords: social environment, lifestyle, students' consumption behavior.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS. (2) Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS. (3) pengaruh lingkungan sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2013, 2014, dan 2015. Sampel yang digunakan sebanyak 128 mahasiswa Pendidikan Ekonomi dari angkatan 2013, 2014, dan 2015. Teknik analisis yang digunakan analisis regresi linier ganda. Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa: Terdapat pengaruh yang signifikan antarlingkungan sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS. Nilai koefisien determinasi (*adjusted R²*) sebesar 0,095, artinya 9,5 % perilaku konsumsi mahasiswa dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan gaya hidup, sedangkan 90,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: lingkungan sosial, gaya hidup, perilaku konsumsi mahasiswa

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Kebutuhan adalah penggerak kegiatan ekonomi dalam masyarakat. Kebutuhan semakin bertambah dan bervariasi, tetapi jumlah sumber daya yang digunakan memenuhi kebutuhan tersebut terbatas. Terbatasnya sumber daya juga menyebabkan tidak dapat terpenuhinya semua keinginan. Sehingga, diperlukan penguasaan konsep ekonomi dasar bagi seseorang untuk dapat mengelola sumber daya secara efisien. Hal ini akan mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang dalam memenuhi kebutuhannya.

Pada dasarnya, perilaku merupakan hasil dari suatu pembelajaran. Menurut Walgito (Wahyuni, 2009: 138), pembentukan perilaku sebagai hasil belajar dilakukan dengan tiga cara, yaitu melalui pembiasaan, pengertian, dan model. Konsumsi sendiri, oleh Samuelson dan Nordaus (Maulidya, 2013: 2) diartikan sebagai pengeluaran untuk membeli barang dan jasa akhir yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan. Jadi, Perilaku konsumsi dapat dikatakan sebagai hasil belajar seseorang melalui pembiasaan, pengertian, dan modelling dalam hal mengelola pengeluaran yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan

Pada era globalisasi ini, telah terjadi pergeseran perilaku konsumsi pada masyarakat. Dampak globalisasi semakin terasa setelah munculnya banyak pusat perbelanjaan di kota yang semakin beragam. Berbagai macam barang dan jasa tersedia. Hal tersebut menunjukkan mudahnya memperoleh barang-barang yang beraneka ragam dan kemudahan dalam fasilitas lainnya. Globalisasi tersebut berdampak pada siapa saja termasuk mahasiswa yang ditandai dengan adanya pergeseran dalam perilaku konsumsi mereka.

Perilaku konsumsi merupakan hasil belajar mahasiswa melalui pembiasaan, pengertian, maupun *modeling*, di lingkungan rumah, kampus maupun masyarakat (Wahyuni, 2009: 138), semakin kuat pengaruh lingkungan sosial untuk berperilaku konsumsi irrasional maka akan semakin kuat pula perilaku berbelanja hedonis (Rohman, 2010: 1026), penanaman nilai-nilai keluarga yang baik akan membentuk perilaku konsumsi yang rasional (Narmaditya & Wulandari, 2015). Lingkungan sosial, terutama keluarga telah berupaya untuk membiasakan para mahasiswa untuk mengatur perilaku konsumsi mereka dengan menetapkan uang saku tetap setiap bulannya dengan harapan para mahasiswa dapat mengatur pengeluaran mereka sesuai anggaran tetapi

menurut hasil pengamatan pra penelitian, sebagian mahasiswa pendidikan ekonomi memiliki kecenderungan untuk berperilaku konsumsi kurang rasional.

Kondisi ini dapat juga terjadi karena pengaruh gaya hidup yang dicontohkan oleh negara-negara maju. Pemilihan konsumsi yang dijalankan tidak lagi menunjukkan kemampuan seseorang untuk membedakan mana kebutuhan pokok dan mendesak dan mana kebutuhan tidak pokok (Sarah, 2012). Handayani dan Patricia (2014) menjelaskan bahwa semakin tinggi gaya hidup hedonis semakin tinggi pula perilaku konsumtif seseorang. Sejalan dengan Handayani dan Patricia, Astuti (2016) memaparkan bahwa semakin mewah dan hedonis gaya hidup seseorang, maka akan meningkatkan perilaku konsumsi seseorang, sebab gaya hidup yang mewah akan menimbulkan keinginan akan barang-barang mewah pula, sehingga skala prioritas tidak terpikirkan. Seorang mahasiswa tentunya diharapkan dapat berkonsumsi sesuai dengan skala prioritas kebutuhan. Dalam mata kuliah ekonomi mikro, ekonomi makro, dan pengantar ilmu ekonomi telah disampaikan cara berkonsumsi agar efisien dan efektif, sesuai dengan skala prioritas. Melalui pembelajaran tersebut, para mahasiswa mampu mengatur gaya hidup mereka dan berkonsumsi sesuai dengan kebutuhan menurut skala prioritas, tetapi

menurut hasil pengamatan pra penelitian, sebagian mahasiswa pendidikan ekonomi .

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara lingkungan sosial terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, mengetahui pengaruh antara gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, dan mengetahui pengaruh lingkungan sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNS

Kajian Pustaka

Menurut Noor (2007: 247), perilaku konsumen merupakan kecenderungan konsumen dalam melakukan konsumsi untuk memperoleh kepuasan secara maksimal. Engel (1994: 3) berpendapat bahwa perilaku konsumen adalah tindakan individu dalam mendapatkan dan mempergunakan atau mengkonsumsi serta menghabiskan barang atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. Seseorang berpikir terlebih dahulu sebelum ia memutuskan untuk memperoleh atau menggunakan barang dan jasa demi mendapatkan kepuasan yang maksimal.

Mowen (2002: 6) mengemukakan bahwa perilaku konsumen sebagai studi tentang unit pembelian (*buying unit*) dan

masih memiliki kecenderungan untuk berperilaku konsumsi kurang rasional proses pertukaran yang melibatkan bagaimana seseorang memperoleh, mengkonsumsi dan menggunakan barang dan jasa, pengalaman, serta ide-ide. Jadi, menurut uraian di atas, perilaku konsumsi adalah tindakan individu dalam mendapatkan dan menggunakan barang serta jasa melalui suatu proses pengambilan keputusan tertentu dalam upaya memenuhi kebutuhan sehingga tercapai kepuasan yang optimal.

Faktor yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan konsumsi menurut Gilarso (2007: 112) antara lain faktor individual, faktor ekonomi, faktor sosial, dan faktor kebudayaan. Hal tersebut sejalan dengan yang dikemukakan oleh Kotler (1987: 242), bila diurutkan dari konteks yang lebih luas hingga yang lebih sempit, maka faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumsi seseorang antara lain: (1) Faktor kebudayaan yang terdiri dari budaya (kultur), sub budaya, dan kelas sosial. (2) Faktor sosial yang terdiri dari kelompok referensi kecil, keluarga, peran dan status. (3) Faktor personal berupa usia dan tahap daur hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. (4) Faktor psikologi antara lain motivasi, persepsi, konsep belajar, serta kepercayaan dan sikap.

McKinney, et al. (Durmaz dan Tasmir, 2014: 188) juga menyebutkan bahwa perilaku pembelian yang merupakan komponen dari perilaku konsumen, dipengaruhi oleh berbagai faktor individual dan lingkungan. Faktor lingkungan antara lain budaya dan keluarga, sedangkan faktor individual seperti sikap terhadap objek dan gaya hidup berpengaruh pada keputusan pembelian.

Lingkungan sosial adalah semua interaksi sosial antara masyarakat, baik secara langsung, misalnya dengan berdiskusi dengan seorang teman, maupun secara vicarious, yaitu pengamatan mengenai apa yang sedang dilakukan atau dikenakan orang lain (Peter dan Olson, 2000: 6). Seseorang belajar sesuatu melalui dua jenis interaksi tersebut

Bintarto dan Surastopo (Sarah, 2012: 52) mendefinisikan lingkungan sosial sebagai lingkungan tempat individu berinteraksi, yang memiliki beberapa aspek yaitu sikap kemasyarakatan, sikap kejiwaan, sikap kerohanian, dan lain sebagainya.

Lingkungan sosial dibedakan menjadi dua, yaitu lingkungan sosial makro dan lingkungan sosial mikro (Peter dan Olson, 2000: 6). Lingkungan sosial makro adalah interaksi sosial tak langsung dan vicarious diantara kelompok-kelompok masyarakat manusia yang

sangat besar. Lingkungan sosial mikro adalah interaksi sosial langsung diantara kelompok-kelompok masyarakat yang lebih kecil, seperti sebuah keluarga dan kelompok-kelompok referensi. Kelompok yang mempunyai pengaruh langsung disebut kelompok keanggotaan (membership group). Beberapa dari kelompok ini merupakan kelompok primer (primary group), dengan siapa seseorang berinteraksi dengan apa adanya secara terus menerus dan tidak resmi, seperti keluarga, teman, tetangga.

Mowen dan Minor (2002: 282) mengemukakan bahwa secara sederhana gaya hidup merupakan “bagaimana seseorang hidup”. Engel, Blackwell, dan Miniard (1994: 55) mendefinisikan gaya hidup sebagai pola yang digunakan orang untuk hidup dan menghabiskan waktu serta uang. Konsep gaya hidup berbeda dengan kepribadian. Gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya, dan mengalokasikan waktu mereka. Setiadi (2008: 148) menjelaskan gaya hidup secara luas diidentifikasi sebagai cara hidup, bagaimana seseorang menghabiskan waktu, (aktivitas) apa yang ia anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang ia pikirkan tentang diri sendiri dan juga dunia di sekitarnya (pendapat).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kuantitatif bertujuan untuk mengungkapkan masalah-masalah dengan cara mengumpulkan data, menyusun, dan menganalisis. Data yang bersifat kuantitatif yang berwujud angka-angka dalam hasil perhitungannya, kemudian dianalisis dan dideskripsikan untuk memperoleh kesimpulan. Sumber data populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah data primer diperoleh dari mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNS, dan data sekunder yang diperoleh dari referensi studi pustaka, artikel, jurnal, internet dan sebagainya.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2013, 2014, dan 2015. Sampel yang digunakan

sebanyak 128 mahasiswa dengan teknik pengambilan sampel *simple random sampling* secara undian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan kuesioner yang disebarikan kepada mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi, studi dokumentasi, dan studi literatur.

Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier ganda dengan menggunakan bantuan program SPSS 23. Uji prasyarat analisis yang digunakan antara lain: uji autokorelasi, multikolinearitas, heterokedastisitas, normalitas, dan linearitas. Uji Hipotesis yang digunakan adalah pengujian Persamaan Garis Regresi Linier Ganda, Uji t, Uji F, dan Koefisien Determinasi (Adjusted R²).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Hipotesis Penelitian

Uji t

Tabel 4.7 Hasil Uji t

	Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Std. Error			
Model					
(Constant)	39,080	4,267		9,158	0,000
Lingkungan Sosial	0,126	0,085	0,140	1,486	0,140
Gaya Hidup	0,194	0,075	0,244	2,584	0,011

(Sumber: data primer diolah, 2017)

Hipotesis 1: Lingkungan Sosial Berpengaruh Signifikan terhadap perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Ekonomi FKIP UNS

Hasil perhitungan dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel lingkungan sosial memiliki koefisien korelasi sebesar 0,126 dengan standar error 0,085 dan nilai t_{hitung} sebesar 1,486. Pada kolom *Sig* terlihat bahwa nilai probabilitas lingkungan sosial terhadap perilaku konsumsi mahasiswa adalah sebesar 0,140. Hal ini berarti H_0 dapat diterima, karena nilai probabilitasnya diatas 0,05. Melalui metode ini, dapat disimpulkan pada tingkat signifikansi 5% variabel lingkungan sosial tidak benar-benar berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Uji F

Tabel 4.8 Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	897,000	2	448,500	7,695	0,001 ^b
Residual	7285,680	125	58,285		
Total	8182,680	127			

(Sumber: data primer diolah, 2017)

Hipotesis 3: Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap

Hipotesis 2: Lingkungan Sosial Berpengaruh Signifikan terhadap perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Ekonomi FKIP UNS

Hasil perhitungan dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel gaya hidup memiliki koefisien korelasi sebesar 0,194 dengan standar error 0,075 dan nilai t_{hitung} sebesar 2,584. Pada kolom *Sig* terlihat bahwa nilai probabilitas gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa adalah sebesar 0,011. Hal ini berarti H_0 dapat ditolak, karena nilai probabilitasnya dibawah 0,05. Melalui metode ini, dapat disimpulkan pada tingkat signifikansi 5% variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Ekonomi FKIP UNS.

Dasar pengambilan keputusan atas uji F dalam penelitian ini adalah nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Hasil uji F yang dibantu menggunakan program SPSS 23 menunjukkan nilai signifikansi pada kolom sig adalah 0,001, nilai ini jauh lebih kecil dari 0,05. Nilai signifikansi 0,001 $< 0,05$ tersebut sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji F, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel lingkungan sosial dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Tabel 4.9 Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,331 ^a	0,110	0,095	7,634

(Sumber: data primer diolah, 2017)

Pada kolom *Adjusted R square* dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi adjusted R square adalah 0,095. Hal ini berarti bahwa 9,5% variabel perilaku konsumsi dipengaruhi oleh variabel lingkungan sosial dan gaya hidup. Sisanya sebesar 90,5% (100%-9,5%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini, seperti pendapatan, literasi ekonomi, pembelajaran ekonomi, dan prestasi belajar ekonomi, status sosial ekonomi.

Pembahasan

Pengaruh Lingkungan sosial terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa tidak didapatkan pengaruh yang signifikan antara lingkungan sosial terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Hal ini disebabkan oleh adanya beberapa kelemahan dan keterbatasan dalam penelitian ini. Kelemahan dan keterbatasan dalam

penelitian ini antara lain, pertama, peneliti tidak langsung mendampingi proses pengambilan data, kondisi ini menyebabkan adanya keragu-raguan terhadap kualitas jawaban yang diberikan oleh subjek peneliti.

Kedua, penggunaan skala likert dengan 5 pilihan dalam kuesioner memungkinkan responden untuk mempunyai sikap yang netral dalam memilih jawaban sehingga dikhawatirkan responden kurang memahami pernyataan, ragu dalam menentukan pilihan, dan pada akhirnya memilih opsi netral dalam menjawab pernyataan yang peneliti sediakan.

Ketiga, jawaban dari responden dalam mengisi kuesioner yang peneliti sediakan menghasilkan persepsi sendiri bagi responden, sehingga dikhawatirkan hasil jawaban hanya sebatas persepsi dan bukan keadaan yang sebenarnya.

Keempat, sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya terbatas pada mahasiswa prodi pendidikan ekonomi FKIP UNS dari tiga angkatan yaitu angkatan 2013, 2014, 2015, sebanyak 128 orang, adakalanya dibutuhkan sampel yang besar untuk membuktikan adanya hubungan atau pengaruh antara dua variabel tersebut jika hubungan atau pengaruh tersebut kecil. Kelima, variabel yang digunakan dalam penelitian ini belum mewakili semua

faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi.

Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa

Berdasarkan hasil analisis data, dapat diketahui bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa program studi pendidikan ekonomi FKIP UNS. Gaya hidup merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang, hal ini sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Simamora (2004: 9) yang mengutip pendapat Kotler bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang diantaranya faktor kebudayaan, sosial, personal dan psikologi. Gaya hidup merupakan bagian dari faktor personal, yang menunjukkan pola kehidupan seseorang. Pola kehidupan ini tercermin dalam kegiatan, minat dan pendapatnya. Mowen dan Minor (2002) menyatakan gaya hidup seseorang dapat dilihat dari bagaimana seseorang itu hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya, dan mengalokasikan waktu.

Hasil penelitian ini didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kanserina (2015), dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Semakin mewah gaya hidup dan hedonisme seseorang maka akan meningkatkan perilaku konsumsi yang sifatnya irasional (konsumtif). Sebaliknya, menurunnya gaya hidup mewah dan hedonisme mahasiswa, maka akan menurunkan pula tingkat perilaku konsumtifnya, artinya perilaku konsumsinya akan semakin rasional. Apabila gaya hidup yang mengarah pada hedonisme tidak dikontrol oleh idealisme mahasiswa dan orang tua, maka mahasiswa telah menanamkan perilaku konsumtif pada diri mereka.

Berdasarkan hasil penelitian ini, gaya hidup memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku konsumsi, karena apabila seseorang memiliki gaya hidup yang baik, jauh dari hedonisme, maka perilaku konsumsinya akan semakin rasional. Namun, apabila semakin tinggi gaya hidup hedonis maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif (Handayani, Patricia, 2014)

Berdasarkan hal tersebut, peneliti mengambil kesimpulan bahwa gaya hidup merupakan gambaran bagaimana seseorang hidup, membelanjakan uangnya, dan mengalokasikan waktu yang dimiliki. Gaya hidup mewah akan mendorong kebutuhan mahasiswa akan barang dan jasa yang mewah pula. Hal ini dapat menyebabkan mahasiswa tidak

memikirkan lagi skala prioritas kebutuhannya. Diperlukan idealisme dari para mahasiswa agar gaya hidup mereka jauh dari gaya hidup mewah dan hedonis. Apabila gaya hidup mahasiswa baik, artinya jauh dari hedonisme, maka semakin rasional perilaku konsumsi mereka. Jadi, dapat disimpulkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Pengaruh Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa

Berdasarkan hasil perhitungan uji F yang dibantu menggunakan program SPSS 23 menunjukkan nilai signifikansi pada kolom sig adalah 0,001, nilai ini jauh lebih kecil dari 0,05. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel lingkungan sosial dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Nilai koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh dalam penelitian ini adalah 0,095. Artinya, kedua variabel independen dalam penelitian ini, yaitu lingkungan sosial dan gaya hidup memberikan pengaruh sebesar 9,5% terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Hal ini menunjukkan masih ada pengaruh dari variabel lain di luar penelitian ini sebesar 90,5%. Variabel lain tersebut adalah pendapatan, literasi ekonomi, pembelajaran ekonomi, dan prestasi belajar ekonomi, status sosial ekonomi. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara lingkungan sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP UNS telah terbukti.

Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa lingkungan sosial akan berpengaruh pada perilaku konsumsi mahasiswa.

Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa akan berperilaku konsumsi semakin rasional jika lingkungan memberi keteladanan untuk berperilaku konsumsi secara disiplin. Dengan demikian, adanya pengaruh positif dari lingkungannya mahasiswa akan dapat menjadi lebih rasional, terutama dalam melakukan kegiatan konsumsi.

Lingkungan sosial merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi yang berasal dari luar atau eksternal. Gaya hidup merupakan salah satu faktor personal yang juga mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Gaya hidup mewah dapat semakin mendorong kebutuhan mahasiswa akan barang dan jasa yang mewah pula.

Apabila gaya hidup mahasiswa baik, artinya jauh dari hedonisme, maka semakin rasional perilaku konsumsi mereka.

Hasil penelitian ini logis karena lingkungan sosial teladan dan masukan yang baik dan benar pada seseorang dalam hal berkonsumsi akan meningkatkan perilaku konsumsi orang tersebut semakin rasional. Demikian juga gaya hidup mahasiswa. Semakin baik gaya hidup seseorang, jauh dari hedonisme, semakin baik pula perilaku konsumsi mahasiswa. Hal ini berarti bahwa lingkungan sosial dan gaya hidup mahasiswa secara bersama-sama memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Kontribusi tersebut yaitu sebesar 9,5%. Karena besarnya kontribusi belum mencapai 100%, maka sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk pada penelitian ini, yaitu sebesar 90,5%, seperti pendapatan, literasi ekonomi, pembelajaran ekonomi, dan prestasi belajar ekonomi, status sosial ekonomi.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, maka kesimpulan yang diambil antara lain, tidak didapatkan pengaruh yang signifikan antara perilaku konsumsi mahasiswa. Mahasiswa program studi pendidikan ekonomi FKIP UNS

mempertimbangkan dan memperhatikan lingkungan sosial di sekitarnya dalam melakukan tindakan konsumsi, tetapi pada akhirnya mereka dapat melakukan kegiatan konsumsi berdasarkan kepercayaan dan prinsip yang dimiliki, bukan berdasarkan perasaan dan keinginan akan pengakuan sosial.

Terdapat pengaruh signifikan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup yang baik dan jauh dari hedonisme akan mendorong mahasiswa berperilaku konsumsi secara rasional.

Terdapat pengaruh signifikan antara lingkungan sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,095, ini berarti bahwa lingkungan sosial dan gaya hidup memberikan pengaruh sebesar 9,5% terhadap perilaku konsumsi dan masih terdapat pengaruh dari variabel lain sebesar 90,5% seperti pendapatan, literasi ekonomi, pembelajaran ekonomi, dan prestasi belajar ekonomi, status sosial ekonomi.

Saran

Mahasiswa hendaknya membuat rencana anggaran untuk meminimalkan

adanya pembelanjaan di luar kebutuhan, dan menyesuaikan alokasi pengeluaran kebutuhan dengan anggaran yang dimiliki dan melakukan pembelian atas dasar kebutuhan bukan keinginan, dengan membuat skala prioritas kebutuhan berdasar sifat pemenuhannya.

Selain itu, hendaknya mahasiswa mampu membentengi diri dengan prinsip yang kuat dan keyakinan terhadap mana hal yang baik dan mana yang buruk, sehingga tidak mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitar terutama dari pengaruh buruk yang membawa pada perilaku menyimpang.

Mahasiswa juga perlu mempertahankan gaya hidup sederhana dengan sebisa mungkin menjauhkan diri dari gaya hidup hedonis hanya karena gengsi atau mengharapkan pujian semata.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, R.P.F. (2016). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi dan Life Style terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. *Jurnal Edutama*, (3) (12), 49-58. Diperoleh 7 Agustus 2017 dari <http://ejurnal.ikipgribojonegoro.ac.id/index.php/JPE/article/view/36/36>
- Durmaz, Y.,Tasdemir, A. (2014). A Theoretical Approach to The Influence of Social Class on Consumer Behavior. *American International Journal of Social Science*, 3, (3), 187-191. Diperoleh

- 22 Desember 2014, dari http://www.aijssnet.com/journals/Vol_3_No_3_May_2014/18.pdf
- Engel, James F., Blackwell, Roger D., Miniard, Paul W. (1994). *Perilaku Konsumen Jilid 1*, (Edisi ke-6). Terj. FX Budiarto. Jakarta Binarupa Aksara.
- Gilarso, T. (2003). *Pengantar Ekonomi Mikro*, (Edisi Revisi). Yogyakarta: Kanisius.
- Handayani, S., Patricia, N. L. (2014). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X" (Versi Elektronik). *Jurnal Psikologi*, 12 (1). Diperoleh 18 Mei 2017 dari <http://ejournal.esaunggul.ac.id/index.php/psiko/article/view/1458>.
- Kanserina, D. (2015). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015 (versi Elektronik). *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 5 (1). Diperoleh 18 Mei 2017 dari <http://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/5213>
- Kotler, P. (1987). *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Edisi ke-3). Terj. Wilhelmus W. Bakowatun. Jakarta: CV Intermedia.
- Maulidya, E. (2013). Studi Deskriptif Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi (Survei pada Guru SMAN 13 Bandung dan Guru SMA Nusantara 1 Bandung). Skripsi Tidak Diterbitkan. Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.
- Mowen, John. C., Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 2*. Terj. D. K. Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Narmaditya, B.S. Wulandari, D. (2015). Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa. *Prosiding Seminar Nasional Profesionalisme Pendidik dalam Dinamika Kurikulum Pendidikan di Indonesia pada Era MEA*, hlm. 785-788. Pendidikan Ekonomi FE UNY, Yogyakarta. Diperoleh 7 Agustus 2017 dari <http://eprints.uny.ac.id/21983/1/69%20Dwi%20Wulandari%20%26%20Bagus%20Shandy%20Narmaditya.pdf>
- Noor, H. F., (2007). *Ekonomi Manajerial*. Jakarta: Raja Grafindopersada.
- Peter J.P., Olson, J. C. (2000). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, (Edisi ke-4). Terj. Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Rohman, F. (2010). *Servicescape, Lingkungan Sosial, Suasana Hati Pengaruhnya terhadap Perilaku Berbelanja Hedonis (Versi Elektronik)*. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 8 (4), 1020-1030. Diperoleh 26 Februari 2014 dari <http://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/308/344>
- Sarah, A. F. (2012). *Pengaruh Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia*. Skripsi Tidak Dipublikasikan, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.
- Setiadi, N. J. 2003. *Perilaku Konsumen Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Ed Pertama. Jakarta: Prenada Media.
- Simamora, B. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wahyuni, E. T. (2009). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta (Versi Elektronik). *Akmenika: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 4, 133-148. Diperoleh tanggal 4 Februari 2014, dari

[http://upy.ac.id/ekonomi/files/FAKTOR-FAKTOR%20YANG%20MEMPENGARUHI%20PERILAKU%20KONSUMSI%20MAHASISWA%20FAKULTAS%20EKONOMI%20%20%20%28ENDANG%20TRI%20WAHYUNI%29.pdf](http://upy.ac.id/ekonomi/files/FAKTOR-FAKTOR%20YANG%20MEMPENGARUHI%20PERILAKU%20KONSUMSI%20MAHASISWA%20FAKULTAS%20EKONOMI%2020%20%28ENDANG%20TRI%20WAHYUNI%29.pdf)