

Pengaruh Modernitas dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa

Maria Ulfah¹, Noor Ellyawati², Ratna Fitri Astuti^{*3}

^{1,2,3}Universitas Mulawarman
Samarinda, Indonesia

e-mail: mariaulfahxxx@gmail.com¹, noor.ellyawati@fkip.unmul.ac.id²,
ratna.fitri@fkip.unmul.ac.id^{*3}

Abstrak

Riwayat Artikel
Tanggal diajukan:
6 September

Tanggal diterima :
11 November
2022

Tanggal
dipublikasikan:
20 Desember
2022

Pemilihan konsumsi yang dijalankan seseorang tidak lagi menunjukkan kemampuan untuk membedakan mana kebutuhan pokok, kebutuhan mendesak dan mana kebutuhan tidak pokok. Perilaku konsumsi masyarakat modern itu sendiri kemudian dihubungkan dengan modernitas dan gaya hidup. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif, dengan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 60 mahasiswa, data didapatkan dengan penyebaran kuisioner. Analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa modernitas dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumsi. Dalam penelitian ini modernitas berpengaruh terhadap perilaku konsumsi dapat dilihat ketika mahasiswa lebih mengutamakan akal fikiran di bandingkan dengan pendapat emosionalnya. Gaya hidup dalam penelitian ini dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dilakukan, dimana mahasiswa dapat menentukan prioritas untuk memenuhi kebutuhan dalam kegiatan sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa modernitas dan gaya hidup mahasiswa dalam berperilaku konsumsi dapat dilihat dari bagaimana mahasiswa melakukan pembelian suatu barang. Mahasiswa lebih mengutamakan akal fikiran dibandingkan dengan pendapat emosionalnya, Sedangkan gaya hidup mahasiswa pada saat melakukan kegiatan sehari-hari dalam memenuhi kebutuhan ditunjukkan oleh perilaku konsumsi mahasiswa dengan menyesuaikan kebutuhan dan keinginannya.

Kata kunci: Modernitas; Gaya Hidup; Perilaku Konsumsi

Abstract

Consumption choices no longer show the ability to distinguish between basic needs, urgent needs and non-essential needs. Consumption behavior of modern society itself is then associated with modernity and lifestyle . This study uses a descriptive type of research, with a quantitative approach. The number of samples used were 60 students, ata obtained by distributing questionnaires. Data analysis using multiple linear regression analysis technique. Based on the results of the study, it is known that modernity and lifestyle affect consumption behavior. In this study, modernity's effect on consumption behavior can be seen when students prioritize their minds over their emotional opinions. Lifestyle in this study can be seen from the routine activities carried out, where students can determine priorities to meet needs in daily activities. This shows that the modernity and lifestyle of students in consumption behavior can be seen from how students make purchases of an item. Students prioritize their minds compared to their emotional opinions, while the lifestyle of students when carrying out daily activities in meeting their needs is shown by the consumption behavior of students by adjusting their needs and desires.

Keywords : Modernity; Lifestyle; Consumption Behavior

Pengutipan:
Ulfah, M,
Ellyawati, N, &
Astuti, R.F.
(2022). Pengaruh
Modernitas dan
Gaya Hidup
terhadap Perilaku
Konsumsi
Mahasiswa.
*Jurnal Pendidikan
Ekonomi
Undiksha*, 14(2),
237-245
<https://doi.org/10.23887/jjpe.v14i2.52042>

PENDAHULUAN

Modernisasi dipandang sebagai suatu proses perubahan di dalam cara merasa, mengekspresi, dan menilai. Studi modernisasi lebih terfokus pada individu, karena individu memiliki seperangkat karakteristik psikologis seperti kepercayaan, sikap dan perilaku. Modernitas antara individu satu dengan lainnya berbeda, tergantung lingkungan masyarakat disekitarnya. Turner dalam Muhammad (2013:115) mengatakan bahwa modern tidak hanya menunjuk kepada periode atau zaman, tetapi juga suatu bentuk kesadaran akan pembaharuan. Modernitas yang dimiliki seseorang cenderung tinggi bila masyarakatnya sudah maju, begitupun sebaliknya modernitas cenderung rendah bila masyarakat belum maju (tradisional). Ciri modernitas yang dapat berdampak pada perubahan gaya hidup serta perilaku konsumsi masyarakat diantaranya adalah kehadiran pusat perbelanjaan, tempat hiburan serta fasilitas umum lainnya yang serba praktis dan modern.

Rosida (2018:223) menjelaskan bahwa modernitas berakar pada rasionalitas yang tinggi, sebab masyarakat lebih memikirkan objekjektif, afektif dan efisiensi dalam kegiatan-kegiatannya. Modernitas seharusnya dapat merubah seseorang menjadi lebih rasional dan penuh dengan pertimbangan dalam mengambil keputusan agar setiap keputusan menjadi efektif dan efisien. Namun, kini urusan penampilan dan gaya hidup mulai menjadi perhatian yang serius, Astuti (2016:56) menjelaskan bahwa semakin mewah dan hedonis gaya hidup seseorang, maka akan meningkatkan perilaku konsumsi seseorang. Keinginan akan barang-barang mewah akan timbul apabila terjadi perubahan gaya hidup, sehingga pemenuhan kebutuhan tidak lagi berdasarkan skala prioritas.

Gaya hidup mewah sangat menarik bagi remaja, dimana perilaku pada remaja hanya menginginkan kesenangan. Perilaku tersebut lama kelamaan akan mengakar dalam kehidupan para remaja

yang pada akhirnya menjadi seperti sebuah budaya. Gaya hidup yang dimiliki oleh seseorang berkaitan dengan perilaku konsumen terutama dalam keputusan membeli suatu produk sesuai dengan nilai-nilai tradisional yang terbentuk di suatu masyarakat. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi gaya hidup yang dimiliki maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumsi mahasiswa. Pola konsumsi yang dilakukan mahasiswa dapat dilihat dari setiap kegiatan yang dilakukan dalam menghabiskan waktu di kehidupan.

Perilaku konsumsi yang dilakukan mahasiswa dapat dilihat dari kegiatan mahasiswa yang dapat mengeluarkan biaya sebesar Rp.500.000 setiap bulannya untuk menunjang penampilan. Dalam memenuhi hasrat atau keinginannya untuk membeli pakaian, mahasiswa cenderung membeli pakaian hanya karena menginginkan saja. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa mempunyai kecenderungan materialistik, hasrat yang besar untuk memiliki pakaian yang bagus tanpa memperhatikan kebutuhannya. Mahasiswa lebih memilih membeli pakaian yang murah, namun mendapatkan beberapa jumlah pakaian. Dalam membeli pakaian namun dengan merk yang tidak terkenal mahasiswa membeli karena kualitasnya tanpa memandang merk.

Shao dan Li (2021:10) memaparkan bahwa Preferensi orang terhadap suatu produk dipengaruhi oleh lingkungannya dalam hal ini teman disekitarnya. Hal ini juga didukung oleh pernyataan Xindong Wang (2016:92) bahwa preferensi konsumsi seseorang dipengaruhi oleh lingkungan disekitarnya. Mahasiswa suka untuk mengikuti tren dengan selalu mengembangkan gayanya yang sesuai dengan perkembangan dilingkungan sekitar. Dimana mahasiswa lebih memilih harga yang murah dengan mendapatkan banyak pakaian namun dengan harga yang murah tersebut mahasiswa tetap memperhatikan kualitasnya.

Seorang mahasiswa dengan pendidikan serta pengetahuan yang cukup seharusnya dapat memiliki perilaku

konsumsi yang bijak, artinya pemenuhan kebutuhan dilakukan sesuai dengan skala prioritas kebutuhan. Sarah (2012:124) pemilihan konsumsi yang dijalankan tidak lagi menunjukkan kemampuan seseorang untuk membedakan mana kebutuhan pokok, kebutuhan mendesak dan mana kebutuhan tidak pokok. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menyimpulkan bahwa perilaku konsumtif pada seseorang terjadi karena dilatarbelakangi oleh dorongan *prestise* sosial, banyak individu yang tidak mau kalah gengsi, kalah pamer, kalah gaya dengan lingkungannya. Mowen (2006:282) menjelaskan bahwa gaya hidup mempengaruhi perilaku seseorang yang pada akhirnya menentukan pola konsumsi seseorang. Perilaku sosial dilingkungan mahasiswa pada akhirnya membawa arus pada perubahan perilaku konsumsi dengan fenomena-fenomena kekinian.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan lebih detail bagaimana perilaku konsumsi yang dilakukan individu. Maka penelitian ini penting untuk dilakukan, dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh modernitas dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Diharapkan penelitian ini mampu untuk memberikan gambaran bagaimana perilaku konsumsi individu di kalangan mahasiswa, yang nantinya dapat dimanfaatkan sebagai

kajian ilmiah pada penelitian lanjutan untuk menemukan formulasi dari perilaku konsumsi yang ideal.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penarikan sampel dilakukan dengan teknik *proportional random sampling* untuk menentukan jumlah mahasiswa yang menjadi sampel. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, kuisioner dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan ada 2 yaitu analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Analisis deskriptif bertujuan untuk menjawab rumusan masalah mengenai pengaruh modernitas dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Sedangkan, analisis regresi linier berganda berfungsi dalam memperoleh bayangan mengenai pengaruh modernitas dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Data didalam pelitian bawah ini telah lulus uji asumsi klasik yang terdiri uji normalitas, Multikolinieritas, Uji Heterokedastisitas, Uji Linearitas. Sehingga dilakukan regresi linier sederhana dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	11.542	2.260		5.106	.000
	X1	.102	.044	.288	2.299	.025
	X2	.233	.091	.322	2.566	.013

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan hasil analisis regresi tersebut dapat diketahui persamaan regresi linier berganda dengan perumusan dan penjelasan sebagai berikut :

$$PK = 11,542 + 0,102M + 0,233GH + e$$

1. Berdasarkan nilai konstanta yang

diperoleh sebesar 11,542 maka apabila variabel modernitas, gaya hidup adalah tetap, sehingga nilai perilaku konsumsi sebesar 11,542.

2. Berdasarkan nilai koefisien regresi pada variabel modernitas (X_1) adalah 0,102. Hal ini menunjukkan bahwa setiap perubahan variabel modernitas (X_1) akan berpengaruh positif terhadap Perilaku konsumsi (Y) sebesar 0,102 dengan anggapan variabel gaya hidup (X_2) adalah tetap. Nilai koefisien regresi bernilai positif menunjukkan pengaruh yang searah, artinya apabila variabel modernitas (X_1) naik sebesar satu-satuan, maka mempengaruhi peningkatan variabel perilaku konsumsu (Y) sebesar 0,102 begitu juga sebaliknya.

3. Nilai koefisien regresi pada variabel gaya hidup (X_2) diperoleh nilai sebesar 0,233 artinya setiap perubahan yang terjadi pada variabel gaya hidup (X_2) akan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi (Y) sebesar 0,233 dengan anggapan variabel modernitas (X_1) tetap. Nilai koefisien pada regresi bernilai positif maka menunjukkan pengaruh yang searah. Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel gaya hidup (X_2) naik sebesar satu-satuan, maka akan mempengaruhi peningkatan variabel perilaku konsumsi (Y) sebesar 0,233. Begitupun sebaliknya.

Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.944 ^a	.892	.888	.416

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan hasil perhitungan uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai R Square 0,892 artinya variabel bebas modernitas dan gaya hidup berpengaruh

sebesar 89,2% terhadap variabel terikat perilaku konsumsi. Sedangkan sisanya sebesar 10,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian in

Pembahasan

Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan oleh peneiti diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,229 > t_{tabel} = 1,671$ dengan nilai signifikansi $0,025 < 0,05$ hasil tersebut terdapat pengaruh Maka terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan antara modernitas (X_1) terhadap perilaku konsumsi (Y) pada mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi Universitas Mulawarman. Hasil penelitian ini sejalan dengan penjelasan yang dikemukakan oleh Maharani (2018: 223) bahwa modernitas berakar pada rasionalitas yang tinggi, sebab masyarakat lebih memikirkan objektif, afektif dan efisiensi dalam kegiatan kegiatannya. Semakin tinggi tingkat modernitas pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Mulawarman maka akan

semakin meningkat pula perilaku konsumsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Mulawarman. Mahasiswa yang memiliki tingkat modernitas yang tinggi mempunyai tingkat perilaku konsumsi yang sesuai dengan skala prioritas. Hal ini dapat diartikan apabila tingkat modernitas seseorang tinggi maka derajat rasionalitas akan tinggi pula, dimana mahasiswa dapat mengatur dalam membeli suatu barang sehingga dalam berkonsumsi akan lebih rasional dan penuh pertimbangan. Modernitas yang baik dapat membantu seseorang dalam mempertimbangkan dan membandingkan berbagai hal termasuk dalam berkonsumsi, sehingga dapat berperilaku secara rasional dan dapat mengatur dalam perilaku konsumsi. Modernitas mahasiswa dalam melakukan

konsumsi dapat dilihat dari bersifat rasional, berfikir futuristik, menghargai waktu, bersikap terbuka, berfikir obyektif dan kepuasan hidup yang dimilikinya.

Modernitas yang dimiliki mahasiswa dalam bersifat rasional salah satunya dilihat dari bagaimana mahasiswa lebih mementingkan akal pikiran dari pada pendapat emosionalnya. Modernitas mahasiswa yang bersifat rasional dalam melakukan perilaku konsumsi dapat dilihat dari bagaimana mahasiswa membeli produk dengan melihat kualitasnya terlebih dahulu. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya berfikir keperluan untuk jangka waktu pendek, namun juga harus mempersiapkan kebutuhan yang akan timbul di masa akan datang. Mahasiswa perempuan maupun laki-laki memiliki kebiasaan rasional yang penuh dengan pertimbangan dalam mengambil keputusan agar mendapatkan hasil yang tepat. Maharani (2018: 224) ketika mahasiswa mempunyai modernitas yang baik, seharusnya dapat membantu mahasiswa mempertimbangkan dan membandingkan berbagai hal dari barang yang dibutuhkan atau diinginkan sehingga mahasiswa dalam berperilaku dapat secara rasional. Mahasiswa berperilaku secara rasional dibuktikan ketika membeli barang mahasiswa mencari informasi terlebih dahulu dan berfikir panjang jika barang yang akan dibeli memiliki harga yang mahal, sehingga hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa dalam perilaku konsumsinya diimbangi dengan perencanaan yang matang dan dengan pertimbangan serta logika berfikir sebagaimana pertimbangan rasional dan dasar dari modernitas.

Salah satu kepuasan hidup mahasiswa yaitu akan merasa senang apabila kebutuhan dan harapannya terpenuhi, hal tersebut mengarah pada perilaku konsumsi mahasiswa secara irasional dengan membeli barang yang sedang tren karena tertarik dengan iklannya. Hal ini bertolak belakang dengan pendapat maharani (2018:223) menyatakan pada dasarnya sebagai konsumen yang terdidik seharusnya remaja mengetahui barang yang benar-benar dibutuhkan, bukan

dengan mudah terpengaruh tren yang ada dan iklan-iklan yang ditawarkan oleh produk tertentu serta selalu berpikir berperilaku konsumsi secara rasional. Terdapat beberapa mahasiswa yang belum memprioritaskan kebutuhan kuliah dan lebih sering mendahulukan barang yang mahasiswa inginkan tanpa berfikir kebutuhan mahasiswa dimasa depan yang lebih utama. Dalam hal ini untuk menyikapi mahasiswa yang cenderung bersifat irasional dalam berkonsumsi maka diperlukan adanya modernitas dalam diri mahasiswa. Fiqriyah (2016:9) menjelaskan bahwa tingkat modernitas yang tinggi akan menimbulkan rasionalitas perilaku konsumsi yang tinggi. Mahasiswa yang memiliki sifat modernitas, sebelum mengambil keputusan atau tindakan akan memikirkannya dengan matang dan berpedoman bahwa segala sesuatu dilihat dari sudut fungsi dan kegunaanya serta berfikir untuk masa depan. Optimalisasi sikap sangat diperlukan dalam meningkatkan perilaku yang bijak pada pengelolaan keuangan, terutama pada peningkatan kemampuan keuangan masa depan (Napitupulu et al., 2021). Mahasiswa tidak melakukan pencatatan pemasukan dan pengeluaran yang dilakukannya sehingga kurangnya evaluasi yang dilakukan (Wardani et al., 2022). Temuan penelitian menunjukkan beberapa perilaku mahasiswa dalam pengelolaan keuangan yang baik, diantaranya ditunjukkan pada aktivitasnya dalam membelanjakan uang sesuai kebutuhan, membayar kewajiban tepat waktu, merencanakan keuangan demi keperluan dimasa depan, menabung dan menyisihkan uang untuk kebutuhan pribadi dan keluarga.

Berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,566 > t_{tabel} = 1,671$ dengan nilai signifikansi $0,013 < 0,05$. Maka terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan antara gaya hidup (X_2) terhadap perilaku konsumsi (Y) mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi Universitas Mulawarman. Hasil penelitian ini didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kanserina (2015) bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi. Hasil

tersebut memiliki arti bahwa setiap perubahan gaya hidup akan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Apabila gaya hidup mahasiswa meningkat (dalam hal ini gaya hidup yang bersifat hedonisme), maka perilaku konsumsinya meningkat, begitupun sebaliknya apabila gaya hidup mahasiswa menurun, maka perilaku konsumsinya akan menurun.

Gaya hidup yang dimiliki mahasiswa pendidikan ekonomi terlihat dari persebaran tingkat gaya hidup yaitu sebesar 81,67% terkategori tinggi dan sebesar 15% terkategori sedang. Budanti (2017:11) 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. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa Pendidikan Ekonomi memiliki gaya hidup yang tinggi dalam menunjang penampilannya. Gaya hidup mahasiswa dalam berperilaku konsumsi dapat dilihat dari minat, aktivitas dan opini. Gaya hidup yang dimiliki mahasiswa Pendidikan Ekonomi adalah gaya hidup yang baik, dimana aktivitas mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan ditunjukkan oleh perilaku konsumsi mahasiswa dengan menyesuaikan dengan kebutuhan dan skala prioritas. Hal ini berarti bahwa selain memiliki gaya hidup yang baik dalam berkonsumsi mahasiswa juga memperhatikan kebutuhan dan skala prioritasnya. Hawkins (dalam Nugroho, 2013:74) mengatakan bahwa pola hidup yang berhubungan dengan uang dan waktu dilaksanakan oleh seseorang berhubungan dengan keputusan.

Gaya hidup mahasiswa dalam menentukan prioritas untuk menunjang keinginan ditunjukkan dari minat mahasiswa dalam pembelian suatu barang karena tertarik dengan iklannya. Hal tersebut dapat berpotensi menjadikan mahasiswa tidak lagi secara rasional memenuhi kebutuhannya saat berbelanja, namun tertarik pada iklannya saat berada pada pusat perbelanjaan hanya demi memenuhi keinginan semata. Hawkins (2007:955) Gaya hidup yang dijalani

individu dinilai berefek pada keinginan mereka, demikian pula turut mempengaruhi perilaku mereka dalam membeli dan menggunakan produk. Sebanyak 23 mahasiswa perempuan memperoleh kriteria tinggi sedangkan laki-laki yang memperoleh kriteria tinggi hanya 15 mahasiswa. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa perempuan memiliki kebiasaan lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan.

Mahasiswa lebih percaya diri karena penampilan yang baik serta mampu menarik perhatian orang lain ditunjukkan dengan perilaku konsumsi membeli produk dengan melihat kualitasnya terlebih dahulu. Barang yang dibeli mahasiswa dengan kualitasnya yang baik biasanya harganya cukup mahal serta untuk meningkatkan harga diri, dan bagaimana mahasiswa dapat mengikuti perkembangan dilindungi sekitar supaya setara. Hal ini menunjukkan bahwa munculnya perilaku konsumsi disebabkan gaya hidup yang pamer atau hanya untuk menarik perhatian orang sekitar. Susanto (2013:6) bahwa gaya hidup berhubungan dengan upaya membuat diri eksis dalam cara tertentu dan berbeda dari kelompok lain.

Pembelian barang bermerek dan mewah yang berasal dari luar negeri dianggap dapat meningkatkan status sosial seseorang. Handayani dan Patricia, Astuti (2016: 56) menjelaskan 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 lagi. Berbeda dengan Amatulli dan Guido (2011:136) yang menyatakan bahwa konsumen melakukan pembelian barang fashion mewah agar match dengan gaya hidup mereka yang dapat memberikan kepuasan pribadi mereka. Mahasiswa perempuan dan laki-laki selalu memperhatikan penampilannya dengan menggunakan barang yang berkualitas agar mendapat perhatian dari orang lain. pola konsumsi pada generasi milenial sangat terpengaruh dari gaya hidup masyarakat di negara maju. Pola konsumsi

ini bersifat konsumtif, konsumsi dilakukan tidak berdasarkan atas pertimbangan yang rasional tetapi lebih kepada kecenderungan matrealistik dan hasrat untuk memiliki barang-barang mahal (Astuti & Rahayu, 2020).

Nilai $f_{hitung} = 10,271 > F_{tabel} = 3,15$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa variabel modernitas dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumsi. Hasil uji koefisien determinasi (R-Square) memperoleh nilai sebesar 0,892 atau 89,2%. Artinya perilaku konsumsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Mulawarman dipengaruhi oleh Modernitas dan gaya hidup sebesar 89,2%. Sisanya, yaitu sebesar 10,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Jumantini (2016: 175) bahwa modernitas individu, lingkungan sosial, literasi ekonomi, dan gaya hidup dapat dijadikan prediktor tinggi rendahnya perilaku konsumsi. Ketercapaian indikator perilaku konsumsi yang tertinggi adalah kesesuaian dengan kebutuhan, sedangkan ketercapaian indikator perilaku konsumsi yang paling rendah adalah anggaran yaitu bagaimana menggunakan uang dengan bijak.

Hal ini menunjukkan bahwa modernitas dan gaya dapat dijadikan sebagai predictor tinggi rendahnya gaya perilaku konsumsi. Maknanya semakin modern seseorang gaya hidupnya akan semakin rasional, karena salah satu ciri manusia modern adalah mempunyai perencanaan dan orientasi sehingga cenderung didasarkan pada pola pikir rasional atau logis. Mahasiswa tidak melakukan pembelian yang dipengaruhi emosional karena mahasiswa membeli suatu barang berdasarkan keinginan diri sendiri dan sesuai yang dibutuhkan sehingga mahasiswa tidak membeli suatu barang hanya karena barang yang dikagumi tetapi tidak memiliki manfaat (Pujiastuti et al., 2022)

Modernitas yang paling besar dimiliki mahasiswa adalah mahasiswa yang bersifat rasional dalam melakukan perilaku konsumsi dapat dilihat dari bagaimana mahasiswa

membeli produk. Hal ini sejalan dengan gaya hidup mahasiswa untuk menarik perhatian dengan tampil beda menjadikan mahasiswa tidak lagi berorientasi pada masa depan, justru berorientasi pada gaya hidup yang mereka jalani pada masa sekarang. Sari (2018: 112) pola konsumsi seseorang sangat besar dipengaruhi oleh gaya hidup yang ingin terlibat lebih menonjol atau mengikuti trend sehingga mereka akan berperilaku tidak rasional dalam berkonsumsi. Kepribadian sebagai manusia modern yang dimiliki oleh mahasiswa juga diterapkan oleh mahasiswa tersebut dalam mengambil keputusan dan tindakannya dalam berkonsumsi. Saat ini di era semakin majunya informasi media massa banyak menampilkan pola-pola gaya hidup yang semakin berorientasi pada kesenangan saja. Pramudi (2015:26) menerangkan bahwa kebutuhan bukan lagi menjadi prioritas namun keinginan yang harus terpenuhi untuk membuat perasaan senang. Gaya hidup ini akan mempengaruhi preferensi konsumen dalam membeli suatu produk atau jasa yang kurang perlu demi mengejar naiknya prestise dan rasa percaya diri. Dengan kesadaran serta tanggapan yang baik atas modernitas yang terjadi pada diri mahasiswa secara otomatis membuat mahasiswa lebih berpikir bertindak rasional dan efektif dalam melakukan kegiatan berkonsumsi.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa modernitas mahasiswa dapat dilihat ketika mahasiswa lebih mengutamakan akal fikiran di bandingkan dengan pendapat emosionalnya. Cara berpikir mahasiswa lebih terarah sesuai dengan perencanaan dan pertimbangan yang matang sebelum mengambil keputusan, sehingga mahasiswa dapat mengatur prioritas dalam membeli suatu barang. Mahasiswa dalam berkonsumsi akan lebih rasional dan penuh pertimbangan. Gaya hidup mahasiswa dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dilakukan, dimana mahasiswa dapat menentukan prioritas untuk memenuhi kebutuhan dalam kegiatan sehari-hari. Aktivitas dalam

memenuhi kebutuhan diikuti oleh perilaku konsumsi mahasiswa dengan menyesuaikan kebutuhan dan keinginan.

Namun ketertarikan atau minat merupakan faktor pribadi mahasiswa yang paling mempengaruhi proses keputusan pembelian. Mahasiswa ketika membeli barang cenderung karena tertarik dengan iklannya, sehingga dapat berpotensi menjadikan mahasiswa tidak lagi rasional dalam memenuhi kebutuhannya saat berbelanja. Modernitas dan gaya hidup mahasiswa dalam berperilaku konsumsi dapat dilihat dari bagaimana mahasiswa melakukan pembelian suatu barang. Mahasiswa lebih mengutamakan akal pikiran di bandingkan dengan pendapat emosionalnya, Sedangkan gaya hidup mahasiswa pada saat melakukan kegiatan sehari-hari dalam memenuhi kebutuhan ditunjukkan oleh perilaku konsumsi mahasiswa dengan menyesuaikan kebutuhan dan keinginannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, R. F., & Rahayu, V. P. (2020). Pengaruh Pola Konsumsi dan Pengetahuan Ekonomi terhadap Minat Investasi Generasi Milenial Kota Samarinda. *Jurnal Edueco*, 3(1), 24–32.
<https://doi.org/https://doi.org/10.36277/edueco.v3i1.50>
- 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*, Volume 3 Nomor 2.
- Budanti, H. S., Indriayu, M., & Sabandi, M. (2017). Pengaruh Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS. *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 3(2), 1–14.
<https://doi.org/10.20961/bise.v3i2.16446>
- Ghozali, Imam. (2011). *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”*. Semarang: Badan Penerbit Universitas
- Diponegoro.
- Gitosaroso, Muh. (2016). Tasawuf dan Modernitas (Mengikis Kesalahpahaman Masyarakat Awam Terhadap Tasawuf). *Jurnal lain Pontianak*. Volume 10 Nomor 1.
- Handayani, S., Patricia, N. L. (2014). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan “X” (Versi Elektronik). *Jurnal Psikologi*, Volume 2 Nomor 1.
- Hawkins, D. I., Mothersbaugh, D. L., & Best, R. J. (2007). Consumer Behavior: Building impulse formation and enactment, *Psychology and Marketing*. Vol. 17. No. 11, hal. 955-982.
- Introduction to Computers & Communications. (9th edition)”. New York: McGraw-Hill. Jilid 1. Terjemahan oleh F.X.Budiyanto. 1994. Jakarta: Binarupa Aksara
- Kanserina, D. (2015). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha Tahun 2015. 5(1), 1–7.
<https://doi.org/10.23887/jjpe.v5i1.5213>
- Kotler dan Gary Armstrong. (2016). Dasar-dasar pemasaran. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga. p125
- Kusniawati, Mu’afifah, and Riza Yonisa Kurniawan. (2016). “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas X IPS Di SMA Negeri 1 Tuban.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)* 4(3): 1–9.
- Fiqriyah, Rizky, Hari Wahyono, and Ro’ufah Inayati. (2016). Pengaruh Pengelolaan Uang Saku, Modernitas, Kecerdasan Emosional, dan Pemahaman Dasar Ekonomi Terhadap Rasionalitas Perilaku Konsumsi Siswa Kelas X IIS MAN 1 Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Volume 9 Nomor 1–10.
- Maharani, Rosida. (2018). “Pengaruh Modernitas Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas XI IIS Di Sma Negeri 1 Talun”. Volume 6 Nomor 3 Tahun 2018 : 222 – 229

- Muhammad, Syahril. (2013). Masyarakat Ternate : Pergaulatan Tradisi dan Modernitas. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Mowen, John C dan Michael Minor. (2006). *Perilaku Konsumen* Edisi Kelima Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Napitupulu, J. H., Ellyawati, N., & Astuti, R. F. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Kota Samarinda. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 9(3), 138–144. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jupe.v9n3.p138-144>
- Pariwang, Samsul. (2018). Modernitas dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Unismuh Makassar. *Thesis, Makasar*.
- Patricia, N. L., & Handayani, S. (2014). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X." *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 12(1), 10–17.
- Pujiastuti, N., Reza, R., & Astuti, R. F. (2022). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa. In *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi* (Issue 7). <http://ejournal.unikama.ac.idHal|107>
- Pramudi, R. Y. (2015). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Lokal, 280–301.
- Sarah, A. F. (2012). Pengaruh Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia. *Skripsi Tidak Dipublikasikan, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung*.
- Sari, K. (2020). Penerapan Prinsip Konsumsi Dalam Islam Pada Siswa-Siswi Pondok Pesantren Pancasila Bengkulu (Doctoral dissertation, lain Bengkulu).
- Shao, Aiping dan Hong, Li. (2021). How do utilitarian versus hedonic products influence choice preferences: Mediating effect of social comparison. *Department of Psychology, Tsinghua University, Beijing*.
- Sugiyono (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Susanto, A. S. (2013). Membuat Segmentasi Berdasarkan Life Style (Gaya Hidup). *Jurnal Jibeka*, 7(2), 1–6.
- Wardani, T., Reza, R., & Astuti, R. F. (2022). Perilaku Pengelolaan Keuangan Berbasis Green Economy. *EKUITAS: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(1), 138–144. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/p/EKU>
- Xindong, Wang. (2016). Determinants of pro-environmental consumption intention in rural China: The role of traditional cultures, personal attitudes and reference groups. *Asian Journal of Social Psychology*