**KONFORMITAS HEDONIS DAN LITERASI EKONOMI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MELALUI GAYA HIDUP KONSUMTIF**Eva Oktafikasari,<sup>✉</sup> Amir Mahmud

Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

**Info Artikel**

*Sejarah Artikel:*  
Diterima: Oktober 2017  
Disetujui: Oktober 2017  
Dipublikasikan:  
Oktober 2017

*Keywords:*  
*Bidikmisi students;*  
*Consumptive behavior;*  
*Consumptive lifestyle;*  
*Economic literacy; Hedonist*  
*Conformity.*

**Abstrak**

Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh konformitas hedonis dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup konsumtif. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi penelitian adalah mahasiswa bidikmisi 2014 di Universitas Negeri Semarang. Sampel penelitian sejumlah 297 mahasiswa ditentukan menggunakan teknik *proportional random sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dianalisis menggunakan analisis deskriptif, dan analisis jalur (*path analysis*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) konformitas hedonis berpengaruh terhadap perilaku konsumtif; (2) literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif; (3) gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif; (4) konformitas hedonis berpengaruh terhadap gaya hidup konsumtif; (5) literasi ekonomi tidak berpengaruh terhadap gaya hidup konsumtif; (6) gaya hidup konsumtif memediasi konformitas hedonis terhadap perilaku konsumtif; (7) gaya hidup konsumtif tidak memediasi literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif. Simpulan dari penelitian ini adalah terdapat peran gaya hidup konsumtif dalam memediasi konformitas hedonis, dan tidak memediasi literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif. Saran yang diberikan agar mahasiswa bidikmisi tidak mudah terbawa oleh pengaruh dari lingkungan disekitarnya.

**Abstract**

*The purpose of this study is to examine the effect of hedonist conformity and economic literacy on consumptive behavior through consumptive lifestyle. This research is a quantitative research. The research population is bidikmisi student force 2014 at Universitas Negeri Semarang. Sample of this research are 297 students and determined using proportional random sampling. Methods of data collection is using questionnaires, analyzed by descriptive analysis and path analysis. Based on descriptive analysis consumptive behavior, hedonist conformity, economic literacy, and consumptive lifestyle respectively are in the low, low, high, and moderate category. The results showed that (1) hedonist conformity had an effect on consumptive behavior; (2) economic literacy affects consumptive behavior; (3) consumptive lifestyle affects consumptive behavior; (4) hedonist conformity affects consumptive lifestyle; (5) economic literacy has no effect on consumptive lifestyle; (6) consumptive lifestyle mediate hedonist conformity to consumptive behavior; (7) consumptive lifestyle do not mediate economic literacy on consumptive behavior. The conclusion of this research is a role of consumptive lifestyle in mediating hedonist conformity, and has no role in mediating economic literacy on consumptive behavior. The suggestions from this research is that bidikmisi students is not easily affected by their environment.*

© 2017 Universitas Negeri Semarang

<sup>✉</sup> Alamat korespondensi:  
Gedung L1 FE Unnes  
Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229  
E-mail: [eva.oktafikasari@gmail.com](mailto:eva.oktafikasari@gmail.com)

## PENDAHULUAN

Manusia adalah makhluk ekonomi (Septiana, 2015) yang dituntut untuk memenuhi kebutuhan demi kelangsungan hidup, salah satunya adalah dengan mengkonsumsi barang dan jasa. BPS mencatat sejak tahun 2010 hingga 2014 total konsumsi masyarakat Indonesia meningkat hingga 56,13% (BPS, 2015). Tingginya angka konsumsi yang tidak terkontrol menyebabkan adanya perilaku konsumtif. Kondisi ini menjadi lebih buruk ketika perilaku konsumtif tidak hanya terjadi pada orang dewasa, tetapi juga terjadi pada remaja (Imawati, Susilaningsing, & Ivada, 2013). Remaja memiliki kemampuan mengkonsumsi yang irasional dan cenderung berperilaku konsumtif (Kanserina, 2015). Fakta ini juga sesuai dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa usia yang sangat konsumtif adalah kelompok remaja (Fitriyani, Widodo, & Fauziah, 2013). Mahasiswa merupakan kelompok konsumen remaja (Lisma & Haryono, 2016. Gumulya & Widiastuti, 2013). Statusnya sebagai mahasiswa tidak dapat terlepas dari budaya konsumtif yang sekarang telah banyak menyebar dikalangan mahasiswa, tak terkecuali mahasiswa bidikmisi sehingga mengherankan apabila barang yang dikonsumsi mulai dari pakaian hingga teknologi diperoleh dari kegiatan konsumtif (Ilham & Mudzakir, 2015).

Mahasiswa bidikmisi di Fakultas Ilmu Sosial, Unesa sering memanfaatkan dana bidikmisi untuk memenuhi kebutuhan di luar pokok secara berlebihan (Dian, Anggriani, & Legowo, 2014). Selanjutnya, 57% mahasiswa bidikmisi di FIP, Universitas Tanjungpura menggunakan dana bidikmisi untuk keperluan diluar syarat penggunaannya (Arifin, dkk, 2013). Di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang rata-rata tingkat konsumtif mahasiswa bidikmisi pada kategori tinggi (Fajriah & Setiyani, 2017). Kemudian 76% mahasiswa Universitas Negeri Semarang dengan jumlah mahasiswa bidikmisi terbanyak di Indonesia, tingkat konsumsi berada pada rentang Rp. 638.000 - Rp. 1.847.000/ bulan, padahal dana beasiswa yang diterima hanya berkisar Rp.600.000 (Dianti & Soesilowati, 2016).

Perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang dipengaruhi oleh faktor-faktor sosiologis di dalam kehidupannya yang dituntut untuk mengkonsumsi secara berlebihan atau pemborosan dan tidak terencana terhadap barang dan jasa yang kurang atau bahkan tidak perlu (Aprilia & Hartono, 2014). Kemudian Sumartono (2012) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas, membeli barang karena hadiah, membeli produk karena banyak orang yang memakai produk tersebut.

Guna memahami perilaku konsumtif, setidaknya ada dua teori yang mendasari, yaitu teori belajar behavioristik yang mengimplikasikan bahwa perilaku membeli (respon) konsumen salah satunya terbentuk berdasarkan stimulus-stimulus yang berasal di lingkungan sekitarnya (Waseza & Yulianto, 2016). Sementara itu, Baudrillard menyatakan dalam teori *hipperelaitas* tentang kondisi masyarakat saat ini yang mengkonsumsi tidak hanya atas dasar kebutuhan tetapi juga mengkonsumsi tanda, dimana tanda telah merujuk paa diri mereka sendiri (Ritzer, 2012).

Faktor yang diduga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa bidikmisi di Universitas Negeri Semarang diantaranya adalah konformitas hedonis, literasi ekonomi, dan gaya hidup konsumtif. Faktor-faktor tersebut merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Kotler & Amstrong (2001) yaitu faktor budaya (kebudayaan, subkebudayaan, dan kelas sosial), sosial (kelompok acuan, keluarga, peran dan status), pribadi (umur, dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri), psikologis (motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan, dan sikap).

Konformitas hedonis dapat diartikan dengan kecenderungan penyesuaian sikap dan perilaku individu dengan kelompok referensinya untuk menjadikan kesenangan atau kenikmatan sebagai tujuan hidup. Penelitian terdahulu yang menggunakan variabel konformitas sebagai variabel yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu penelitian yang dilakukan oleh Damayanti

(2014) yang menyimpulkan bahwa konformitas berpengaruh signifikan positif dengan sumbangan sebesar 41,8%. Faktor lainnya adalah literasi ekonomi, literasi ekonomi dapat diartikan sebagai ilmu atau pengetahuan yang dijadikan sebagai alat guna membuat seseorang menjadi cerdas dan cakap dalam hal membuat keputusan ekonomi yang tepat. Penelitian yang dilakukan oleh Kanserina (2015) menyimpulkan bahwa literasi ekonomi berpengaruh secara signifikan dan negatif sebesar -2,470.

Faktor selanjutnya ialah gaya hidup konsumtif, gaya hidup konsumtif merupakan pola tingkah laku sehari-hari seseorang yang meliputi minat, opini, dan aktivitasnya di dalam masyarakat dengan kecenderungan terhadap sesuatu yang mewah dan suka menghambur-hamburkan uang dimana hal ini ditandai dengan ketertarikannya pada simbol-simbol yang dapat membedakan status sosialnya. Penelitian yang dilakukan oleh Juliati, dkk (2016) menyimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh secara signifikan positif dengan sumbangan sebesar 59,26% terhadap perilaku pembelian impulsif. Selanjutnya Nurvitria (2015) menyimpulkan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh positif dan signifikan sebesar 59,6% terhadap pembelian impulsif.

Remaja yang memiliki gaya hidup *experiencers* tinggi dengan kecenderungan konsumtif memiliki konformitas yang tinggi dengan teman sebayanya, remaja melakukan kegiatan-kegiatan konsumtif dan cenderung berperilaku sama dengan teman sebayanya (Mardiani, 2007). Salah satu faktor yang mempengaruhi gaya hidup hedonis menurut Dharmmesta dan Handoko, 2000 (Itryah, 2015) yaitu kelompok sosial dan kelompok referensi. Lebih lanjut Kotler, 1997 (Nadzir, 2015) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal). Rianton (2013) menyimpulkan bahwa terdapat hubungan signifikan positif antara konformitas teman sebaya dengan gaya hidup konsumtif.

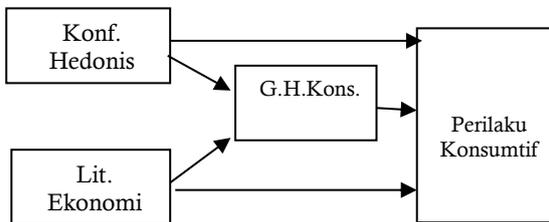
Secara logis, gaya hidup yang konsumtif merupakan perubahan perilaku individu akibat

rendahnya pemahaman akan literasi ekonomi. Hal ini sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh Kotler, 1997 (Nadzir, 2015) mengenai gaya hidup dengan kecenderungan konsumtif. Kotler, 1997 (Nadzir, 2015) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang yaitu faktor internal meliputi sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif dan persepsi. Pengalaman dan pengamatan, dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakan di masa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek (Nadzir, 2015). Pengetahuan tentang ekonomi memiliki peranan penting dalam membentuk perilaku konsumsi seseorang. Individu dengan tingkat literasi ekonomi yang baik mampu selektif dalam menentukan produk mana yang akan dikonsumsi, mengutamakan kebutuhan terlebih dahulu serta menyesuaikannya dengan kemampuan (Wulandari, dkk, 2016). Literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk merubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas (Sina, 2012). Pentingnya literasi ekonomi meminimalisir perilaku dan gaya hidup yang konsumtif dalam berkonsumsi (Astuti, 2016).

Menurut teori behavioristik, belajar adalah perubahan tingkah laku sebagai akibat dari adanya interaksi antara stimulus dan respon (Suparwan, 2014). Behaviorisme mempelajari perilaku-perilaku yang nampak mata (Sarwono, 1998: 81). Menurut teori ini yang terpenting adalah masukan atau input yang berupa stimulus dan keluaran atau output yang berupa respons. Faktor lain yang dianggap penting oleh aliran behavioristik adalah faktor penguatan (reinforcement) penguatan adalah apa saja yang dapat memperkuat timbulnya respon, bila penguatannya ditambah maka respon akan semakin kuat, dan apabila penguatan dikurangi respon pun akan tetap dikuatkan (Suparwan, 2014). Perubahan perilaku mahasiswa menjadi konsumtif karena faktor yang mempengaruhinya yaitu berupa pengaruh dari kelompok referensi dan rendahnya literasi. Kemudian gaya hidup menjadi faktor penguat (reinforcement) yang

mampu memperkuat perilaku konsumtif (respon) di kalangan mahasiswa.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hubungan antara konformitas hedonis, literasi ekonomi dan gaya hidup konsumtif terhadap perilaku konsumtif, kemudian menguji hubungan antara konformitas hedonis dan literasi ekonomi terhadap gaya hidup konsumtif, serta menguji variabel gaya hidup konsumtif sebagai variabel perantara atau intervening dalam memediasi pengaruh dari variabel konformitas hedonis dan variabel literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa bidikmisi angkatan tahun 2014 di Universitas Negeri Semarang.



Gambar 1. Model Penelitian

- H<sub>1</sub>: Konformitas hedonis berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif
- H<sub>2</sub>: Literasi Ekonomi berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap perilaku konsumtif
- H<sub>3</sub>: Gaya hidup konsumtif berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif
- H<sub>4</sub>: Konformitas hedonis berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap gaya hidup konsumtif
- H<sub>5</sub>: Literasi ekonomi berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap gaya hidup konsumtif
- H<sub>6</sub>: Gaya hidup konsumtif memediasi pengaruh konformitas hedonis terhadap perilaku konsumtif
- H<sub>7</sub>: Gaya hidup konsumtif memediasi pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif

**METODE**

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi penelitian meliputi seluruh mahasiswa bidikmisi angkatan tahun 2014 di Universitas

Negeri Semarang yang terbagi dalam delapan fakultas berjumlah 1925. Besarnya sampel ditentukan menggunakan tabel yang berasal dari rumus yang dikembangkan oleh *Isaac and Michael* dengan tingkat kesalahan sebesar 5% (Sugiyono, 2010). Sampel penelitian berjumlah 297 mahasiswa yang dipilih menggunakan *proportional random sampling* (Winarsunu, 2009). Variabel yang akan diuji dalam penelitian ini terdiri dari variabel konformitas hedonis, dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup konsumtif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini digunakan angket/kuesioner. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan butir soal yang valid dan reliabel untuk digunakan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel, dan analisis parametrik untuk menguji hipotesis digunakan analisis jalur (*path analysis*).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Tabel 1. Ringkasan Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	Rata-rata	Kategori
Perilaku Konsumtif	37,9327	Rendah
Konformitas Hedonis	16,8990	Rendah
Literasi Ekonomi	61,9697	Tinggi
Gaya Hidup konsumtif	23,5522	Sedang

Uji prasyarat terdiri atas dua pengujian yaitu uji normalitas dan uji linearitas. Uji Normalitas berfungsi untuk menguji apakah suatu data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui melalui uji normalitas dengan uji statistik non parametrik Kolmogrov-Smirnov (K-S).

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas dengan Perilaku Konsumtif sebagai Variabel Dependen

	Unstandardized Residual
N	297
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean ,0000000
Most Extreme Differences	Std. Deviation 5,18763757
	Absolute ,073
	Positive 0,73
	Negative -,042
Kolmogrotov-Smirnov Z	1,262
Asymp. Sig. (2-tailed)	,083

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel 2, diperoleh nilai K-S sebesar 1,262 dengan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) 0,083 > 0,05. Hal ini berarti data residual berdistribusi normal.

**Tabel 3.** Hasil Uji Normalitas dengan Gaya Hidup Konsumtif sebagai Variabel Dependen

	Unstandardized Residual
N	297
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	
Mean	,0000000
Std. Deviation	3,69897297
Most Extreme Differences	
Absolute	,054
Positive	0,54
Negative	-,030
Kolmogorov-Smirnov Z	,931
Asymp. Sig. (2-tailed)	,352

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel 3, diperoleh nilai K-S sebesar 0,931 dengan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) 0,352 > 0,05. Hal ini berarti data residual berdistribusi normal.

Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi sebuah model sudah benar atau tidak (Ghozali, 2011), dalam penelitian ini uji linearitas dilakukan dengan uji Durbin Watson. Pengujiannya dengan melakukan regresi pada dua persamaan yaitu linear (utama) dan kuadrat sehingga diperoleh nilai D-W, kemudian membandingkannya dengan D-W tabel. Harapannya nilai D-W hitung secara statistik lebih besar dari D-W tabel agar tidak terjadi autokorelasi dan model persamaan regresi utama dapat diterima dan dinyatakan benar atau tidak terjadi autokorelasi positif.

**Tabel 4.** Ringkasan Hasil Uji Durbin Watson

Variabel Dependen	Model	D-W	dl	Keputusan
Perilaku	Utama	2,028	1,738	Linear
Konsumtif	Kuadrat	2,024	1,738	Linear
Gaya Hidup	Utama	1,783	1,748	Linear
Konsumtif	Kuadrat	1,867	1,748	Linear

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi

ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Penelitian ini menggunakan Uji White untuk menguji heteroskedastisitas, guna melihat model terjadi heteroskedastisitas atau homoskedastisitas adalah dengan membandingkan nilai C<sup>2</sup> hitung dengan C<sup>2</sup> tabel.

**Tabel 5.** Hasil Analisis R Square

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
,238 <sup>a</sup>	0,57	0,34	43,72352

Sumber: data primer diolah (2017)

Berdasarkan tabel 5, besarnya nilai R square yaitu sebesar 0,057, maka besarnya C<sup>2</sup> = 297 X 0,0572 = 16,929 < C<sup>2</sup> tabel = 129,56. Nilai C<sup>2</sup> yang jauh lebih kecil dari nilai C<sup>2</sup> tabel hal ini menunjukkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi heteroskesdasitas.

**Table 6.** Ringkasan Uji Regresi dan Hipotesis

Hipotesis	Koef. Beta	Sig. hitung	Sig. syarat <	Hasil
H1	,475	0,000	0,05	<b>Diterima</b>
H2	-,082	0,002	0,05	<b>Diterima</b>
H3	,426	0,000	0,05	<b>Diterima</b>
H4	,835	0,000	0,05	<b>Diterima</b>
H5	-,053	0,051	0,05	<b>Ditolak</b>

Analisis jalur (*path analysis*) merupakan perluasan dari analisis berganda yang digunakan untuk mengukur hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori (Ghozali, 2011). Analisis jalur dapat digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh tidak langsung konformitas hedonis terhadap perilaku konsumtif yaitu sebesar 0,835 x 0,426 = 0,35571, dan pengaruh tidak langsung literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif yaitu sebesar -0,053 x 0,426 = -0,022578. Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dalam Ghozali (2011) yang dikenal dengan uji sobel. Uji sobel ini dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen (X) kepada variabel dependen (Y1) melalui intervening (M).

Uji Sobel pada variabel Konformitas Hedois terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup konsumtif

$$\begin{aligned}
 SabH_6 &= \sqrt{0,681^2 0,041^2 + 1,075^2 0,082^2 + 0,041^2 0,000779582241 + 0,0077704225 + 0,} \\
 SabH_6 &= \sqrt{0,008561307785} \\
 SabH_6 &= \mathbf{0,092527335}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 t &= \frac{(1,075)(0,681)}{0,092527335} \\
 t &= \frac{0,732075}{0,092527335}
 \end{aligned}$$

t<sub>hitung</sub> = 7,911986225 > t<sub>tabel</sub> = 1,9681 (**Diterima**)

Uji Sobel pada variabel Literasi Ekonomi terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup konsumtif

$$\begin{aligned}
 SabH7 &= \sqrt{0,681^2 0,020^2 + (-0,033)^2 0,082^2 + 0,0} \\
 SabH7 &= \sqrt{0,0001855044 + 0,000007322436 + 0,} \\
 SabH7 &= \sqrt{0,000195516436} \\
 SabH7 &= \mathbf{0,013982719}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 t &= \frac{(-0,033)(0,681)}{0,013982719} \\
 t &= \frac{-0,022473}{0,013982719}
 \end{aligned}$$

t<sub>hitung</sub> = -1,607198142 < t<sub>tabel</sub> = 1,9681 (**Ditolak**)

Koefisien determinasi parsial atau r<sup>2</sup> digunakan untuk melihat besarnya nilai koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau individu. Berikut merupakan ringkasan hasil determinasi parsial (r<sup>2</sup>):

**Table 7.** Ringkasan Hasil r<sup>2</sup>

Variabel Dependen	Model	r <sup>2</sup>
Perilaku Konsumtif	Konformitas Hedonis	22,753%
	Literasi Ekonomi	2,856%
	Gaya Hidup Konsumtif	19,097%
Gaya Hidup Konsumtif	Konformitas Hedonis	70,392%
	Literasi Ekonomi	0,941%

Sumber: data primer diolah (2017)

**Pengaruh Konformitas Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif**

Hasil uji parsial (uji t) pengaruh konformitas hedonis terhadap perilaku konsumtif menunjukkan signifikansi 0,000 < 0,05, dan nilai koefisien 0,475. Berdasar hasil tersebut, H<sub>1</sub> yang menyatakan bahwa “konformitas hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa bidikmisi angkatan 2014 di Universitas Negeri Semarang” **diterima**. Artinya bahwa ketika ada kenaikan sebesar 1 pada konformitas hedonis maka akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0,475. Kemudian untuk nilai koefisien determinan secara parsial adalah sebesar 22,753%, hal ini dapat diartikan bahwa secara parsial konformitas hedonis berpengaruh sebesar 22,753% terhadap perilaku konsumtif.

Konformitas hedonis mahasiswa bidikmisi diukur menggunakan 2 (dua) indikator yaitu pengaruh sosial normatif dan pengaruh sosial informasional. Berdasarkan analisis deskriptif indikator pengaruh sosial informasional berada pada kategori sedang, menandakan bahwa mahasiswa lebih memposisikan informasi dan kelompok sebagai sumber pemikiran utama (Amin & Pratiwi, 2017). Hal ini sejalan dengan Darmayanti (2014) yang menyatakan bahwa lingkungan dalam kelompok merupakan acuan yang sangat berpengaruh pada perilaku dan gaya hidup, jika berkembang dalam suatu kelompok yang konformitas khususnya kelompok yang suka berbelanja seseorang akan mengikuti perilaku tersebut.

Adanya hubungan yang signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif hedonis terhadap perilaku konsumtif dibuktikan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Fitriyani, dkk (2013) dimana konformitas ini memiliki hubungan secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan sumbangan sebesar 10,9%. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Haryani & Herwanto (2013), hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa konformitas memiliki hubungan yang signifikan dan positif terhadap perilaku

konsumtif produk kosmetik dengan sumbangan 29,9%.

Munculnya hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif disebabkan karena pada hakikatnya konformitas merupakan salah satu faktor eksternal yang berperan dalam menentukan munculnya perilaku konsumtif pada mahasiswa (Fitriyani, dkk, 2013). Keinginan mahasiswa untuk disukai dan diterima oleh kelompoknya menyebabkan mahasiswa tersebut terdorong untuk mengkonsumsi apa yang dikonsumsi oleh kelompoknya (Fitriyani, dkk, 2013. Haryani & Herwanto, 2013). Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa konformitas hedonis berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa bidikmisi angkatan tahun 2014 di Universitas Negeri Semarang.

#### **Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif**

Hasil uji parsial (uji t) pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif menunjukkan signifikansi  $0,000 < 0,02$ , dan nilai koefisien  $-0,082$ . Berdasar hasil tersebut,  $H_2$  yang menyatakan bahwa “literasi ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa bidikmisi angkatan 2014 di Universitas Negeri Semarang” **diterima**. Artinya bahwa ketika ada kenaikan sebesar 1 pada literasi ekonomi justru akan menurunkan tingkat perilaku konsumtif sebesar 0,082. Kemudian untuk nilai koefisien determinan secara parsial adalah sebesar 2,856%, hal ini dapat diartikan bahwa secara parsial literasi ekonomi berpengaruh sebesar 2,856% terhadap perilaku konsumtif.

Analisis deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata tingkat literasi ekonomi mahasiswa bidikmisi Universitas Negeri Semarang angkatan 2014 tergolong tinggi. Hal ini berarti bahwa pengetahuan dan pemahaman mahasiswa bidikmisi tentang ilmu ekonomi sudah baik. Literasi ekonomi mahasiswa diukur menggunakan 5 (lima) indikator yaitu pemahaman tentang kebutuhan, pemahaman tentang kelangkaan, pemahaman tentang prinsip ekonomi, pemahaman tentang motif ekonomi, dan pemahaman tentang kegiatan

ekonomi. Pengetahuan tentang ekonomi memiliki peranan penting dalam membentuk perilaku konsumsi seseorang.

Individu dengan tingkat literasi ekonomi yang lebih baik diharapkan mampu lebih selektif dalam menentukan pilihan produk mana yang akan dikonsumsi dan mengutamakan kebutuhannya terlebih dahulu serta menyesuaikannya dengan kemampuan masing-masing individu (Wulandari, dkk, 2016). Pentingnya literasi ekonomi akan meminimalisir perilaku konsumtif mahasiswa dalam berkonsumsi (Astuti, 2016). Budiwati, 2014 (Astuti, 2016) menyatakan bahwa rendahnya literasi ekonomi akan berdampak pada sikap konsumtif pada konsumen. Pernyataan tersebut sejalan dengan pendapat Pratiwi (2017) yang menyatakan bahwa literasi ekonomi penting bagi mahasiswa karena akan meminimalisir perilaku konsumtif dalam melakukan kegiatan konsumsinya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kanserina (2015) dalam penelitiannya literasi ekonomi memiliki pengaruh secara signifikan dan negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi Undiksha 2015. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Septiana (2015) dalam penelitiannya literasi ekonomi berpengaruh langsung terhadap perilaku konsumsi dengan hubungan secara signifikan dan negatif. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi ekonomi berpengaruh secara signifikan negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa bidikmisi Universitas Negeri Semarang angkatan tahun 2014.

#### **Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif terhadap Perilaku Konsumtif**

Hasil uji parsial (uji t) pengaruh gaya hidup konsumtif terhadap perilaku konsumtif menunjukkan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , dan nilai koefisien 0,426. Berdasar hasil tersebut,  $H_3$  yang menyatakan bahwa “gaya hidup konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa bidikmisi angkatan 2014 di Universitas Negeri Semarang” **diterima**. Artinya bahwa ketika ada kenaikan sebesar 1 pada gaya hidup konsumtif maka akan

meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0,426. Kemudian untuk nilai koefisien determinan secara parsial adalah sebesar 19,097%, hal ini dapat diartikan bahwa secara parsial konformitas hedonis berpengaruh sebesar 19,097% terhadap perilaku konsumtif.

Variabel gaya hidup konsumtif ini diukur menggunakan tiga indikator yaitu aktivitas, minat, dan opini. Melalui analisis deskriptif pada tiap indikator dapat terlihat bahwa dua indikator dalam kategori sedang dan satu indikator dalam kategori rendah. Indikator minat merupakan indikator yang berada dalam kategori rendah. Pertanyaan terkait aktivitas meminta kepada mahasiswa selaku konsumen untuk mengindikasikan apa yang mereka lakukan, apa yang mereka beli, dan bagaimana mereka menghabiskan waktu, sedangkan opini dalam hal ini merupakan pandangan dan perasaan konsumen mengenai topik-topik peristiwa di dunia, lokal, moral, ekonomi, dan sosial. (Mowen & Minor, 2002).

Hal tersebut dapat diartikan bahwa mahasiswa bidikmisi memiliki cukup ketertarikan terhadap kegiatan-kegiatan yang tergolong konsumtif seperti memanfaatkan waktu luang mereka untuk jalan-jalan, dan berbelanja, sehingga seringkali mahasiswa ini cenderung melakukan kegiatan konsumsi tanpa rencana sebelumnya dan mendorong terjadinya tindakan yang konsumtif. Selain itu, mahasiswa bidikmisi selaku konsumen cenderung beranggapan bahwa produk yang mahal dan terkenal adalah produk yang memiliki kualitas terbaik, dan membuat pemakainya merasa lebih percaya diri jika menggunakan produk-produk yang tidak murahan dari merek-merek terkenal. Hal ini tentu saja akan mendorong mahasiswa bidikmisi selaku konsumen untuk berperilaku konsumtif, karena manfaat dan kegunaan bukan lagi menjadi alasan konsumen untuk menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Juliastuti, dkk (2016) menyimpulkan bahwa gaya hidup hedonis memiliki hubungan yang signifikan dan positif terhadap perilaku impulse buying pada pengunjung di pusat perbelanjaan Surabaya. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Juliastuti, Hasanah, dan Faizah (2016),

Nurvitria (2015) menyimpulkan bahwa gaya hidup hedonis memiliki hubungan yang signifikan dan positif terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa jurusan psikologi pendidikan dan bimbingan 2013 FIP UNY. Gaya hidup hedonis akan menjadi suatu gaya hidup yang negatif apabila berkembang mencapai pada tahap yang berat, kemudian digambarkan sebagai seseorang yang gemar hura-hura dan kehidupannya hanya diartikan sebagai kesenangan belaka, seperti jalan-jalan ke tempat hiburan dan pusat perbelanjaan yang bertujuan untuk mencari kesenangan belaka yang berimbas pada munculnya perilaku konsumtif (Nurvitria (2015). Berdasarkan hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa gaya hidup konsumtif berpengaruh secara signifikan positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa bidikmisi Universitas Negeri Semarang angkatan tahun 2014

#### **Pengaruh Konformitas Hedonis terhadap Gaya Hidup Konsumtif**

Hasil uji parsial (uji t) pengaruh konformitas hedonis terhadap perilaku konsumtif signifikansi  $0,000 < 0,05$ , dan nilai koefisien 0,835. Berdasar hasil tersebut,  $H_4$  yang menyatakan bahwa “konformitas hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa bidikmisi angkatan 2014 di Universitas Negeri Semarang” **diterima**. Artinya bahwa ketika ada kenaikan sebesar 1 pada konformitas hedonis maka akan meningkatkan gaya hidup konsumtif sebesar 0,835. Kemudian untuk nilai koefisien determinan secara parsial adalah sebesar 70,3921%, hal ini dapat diartikan bahwa secara parsial konformitas hedonis berpengaruh sebesar 70,3921% terhadap gaya hidup konsumtif.

Salah satu faktor yang mempengaruhi gaya hidup hedonis menurut Dharmmesta dan Handoko, 2000 (Itryah, 2015) yaitu kelompok sosial dan kelompok referensi. Lebih lanjut Kotler, 1997 (Nadzir, 2015) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada dua faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal). Faktor eksternal meliputi kelompok referensi, keluarga,

kelas sosial, dan kebudayaan. Faktor eksternal yang berasal dari kelompok referensi dan kelompok sosial inilah yang merupakan bentuk dari konformitas. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lukitasari dan Muis (2016) yang menyimpulkan bahwa faktor dominan yang mempengaruhi perilaku gaya hidup hedonisme adalah faktor kelas sosial yang meliputi ajakan teman, gaya hidup teman-teman yang cenderung mewah dan faktor lingkungan perkotaan yang mendukung aktivitas hedonisme dengan kecenderungan konsumtif. Remaja yang memiliki gaya hidup *experiencers* tinggi dengan kecenderungannya yang konsumtif memiliki konformitas yang tinggi dengan teman sebayanya, sehingga remaja akan lebih suka melakukan kegiatan-kegiatan konsumtif dan cenderung berperilaku sama dengan teman sebaya lainnya (Mardiani, 2007).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rianton (2013), konformitas kelompok teman sebaya memiliki hubungan yang signifikan dan positif terhadap gaya hidup hedonis dengan sumbangan efektif sebesar 23%. Melalui penelitiannya, Rianton (2013) menyimpulkan bahwa pada dasarnya setiap individu memiliki gaya hidup yang hedonis, yang membedakan antara satu individu dengan individu lainnya ialah tingkatannya, hedonis pada tingkat sedang dan hedonis pada tingkat berat inilah yang sudah menganggap bahwa kesenangan merupakan tujuan dari hidupnya. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa konformitas hedonis berpengaruh secara signifikan positif terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa bidikmisi Universitas Negeri Semarang angkatan tahun 2014.

### **Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Gaya Hidup Konsumtif**

Hasil uji parsial (uji *t*) pengaruh konformitas hedonis terhadap perilaku konsumtif signifikansi  $0,051 > 0,05$ , dan nilai koefisien  $-0,053$ . Berdasar hasil tersebut,  $H_5$  yang menyatakan bahwa “literasi ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa bidikmisi angkatan 2014 di Universitas Negeri Semarang” ditolak. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin

tinggi atau semakin rendahnya tingkat literasi ekonomi mahasiswa bidikmisi Universitas Negeri Semarang angkatan tahun 2014 tidak akan memberi pengaruh apapun terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa bidikmisi, dengan kata lain literasi ekonomi ini tidak memiliki makna apapun terhadap tinggi rendahnya tingkat gaya hidup konsumtif pada mahasiswa bidikmisi Universitas Negeri Semarang angkatan tahun 2014.

Nilai koefisien determinasi secara parsial atau individu antara literasi ekonomi terhadap gaya hidup konsumtif adalah sebesar 0,941%. Nilai determinasi parsial yang kurang dari 1% menunjukkan bahwa sebenarnya literasi ekonomi secara individu atau parsial tidak memberikan pengaruh terhadap tinggi rendahnya tingkat gaya hidup konsumtif. Hal ini menjadi relevan dengan hasil dari analisis signifikansinya yang mengindikasikan bahwa variabel literasi ekonomi tidak memberikan pengaruh terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa bidikmisi angkatan tahun 2014 di Universitas Negeri Semarang.

Tidak adanya hubungan atau keterkaitan antara literasi ekonomi terhadap gaya hidup konsumtif seseorang sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Jumantini (2016), dalam penelitiannya literasi ekonomi tidak berpengaruh terhadap gaya hidup siswa SMK bidang studi keahlian bisnis dan manajemen di Kota Bandung. Hal ini dimaknai oleh Jumantini (2016), bahwa tingkat pemahaman siswa yang tinggi tentang ilmu ekonomi tidak berpengaruh terhadap gaya hidup yang dijalani oleh siswa, lebih jauh lagi dalam penelitiannya Jumantini (2016) menyimpulkan bahwa literasi ekonomi yang tidak memberikan pengaruh terhadap gaya hidup siswa disebabkan karena siswa belum menerapkan pemahaman konsep-konsep dasar ekonomi dalam kehidupan sehari-hari sehingga siswa belum mampu berpikir kritis, dan rasional dalam menghadapi berbagai permasalahan ekonomi termasuk dalam kegiatan konsumsinya, sehingga perilaku pembelian secara impulsif masih ditemukan di kalangan siswa SMK jurusan bisnis dan manajemen di Kota Bandung.

Secara logis, gaya hidup yang konsumtif merupakan salah satu perubahan perilaku individu akibat rendahnya pemahaman akan literasi ekonomi. Hal ini sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh Kotler, 1997 (Nadzir, 2015) mengenai gaya hidup dengan kecenderungan konsumtif. Kotler, 1997 (Nadzir, 2015) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada dua faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal). Faktor internal meliputi sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif dan persepsi. Salah satu faktor internal yaitu pengalaman dan pengamatan, dimana pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya di masa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek (Nadzir, 2015).

Hipotesis mengenai pengaruh literasi ekonomi terhadap gaya hidup konsumtif berbeda dengan fakta yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di lapangan. Penelitian ini menghasilkan sebuah fakta bahwa literasi ekonomi ternyata tidak memiliki pengaruh terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa bidikmisi, atau dapat diartikan bahwa tinggi rendahnya tingkat literasi ekonomi mahasiswa bidikmisi tidak memberikan pengaruh apapun terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa bidikmisi Universitas Negeri Semarang angkatan tahun 2014.

#### **Konformitas Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif melalui Gaya Hidup Konsumtif**

Hasil uji hipotesis dengan menggunakan *Sobel Test* diperoleh hasil nilai  $t_{hitung} = 7,911986225 > t_{tabel} = 1,9681$ . Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif secara signifikan memediasi pengaruh konformitas hedonis terhadap perilaku konsumtif mahasiswa bidikmisi. Hasil penelitian juga menunjukkan pengaruh secara tidak langsung gaya hidup memediasi konformitas

hedonis terhadap perilaku konsumtif sebesar 35,571%. Besarnya pengaruh tidak langsung ini turun dari pengaruh langsungnya yang sebesar 47,4% menjadi 35,571% namun tetap signifikan. Turunnya pengaruh ini menunjukkan bentuk mediasi sebagian atau partial mediation dari peran gaya hidup konsumtif sebagai variabel intervening. Mediasi sebagian menunjukkan bahwa disamping memiliki pengaruh tidak langsung melalui mediator, variabel independen juga memiliki pengaruh secara langsung yang signifikan pada variabel dependen.

Haryani (2015) menyimpulkan dalam penelitiannya bahwa konformitas terhadap tekanan dapat pula menjadi negatif maupun positif, hal ini dikarenakan remaja yang terlibat dengan tingkah laku sebagai akibat dari konformitas negatif contohnya adalah dengan menggunakan bahasa yang asal-asalan, mencoba minum-minuman keras, mengkonsumsi obat-obatan terlarang, mencuri, menceoret-coret, mempermainkan orang tua dan guru. Besarnya konformitas dan pengaruh yang diberikan oleh lingkungan sekitarnya kepada seseorang, terutama teman sebaya akan mempengaruhi pola perilaku seseorang tersebut tak terkecuali dalam hal berkonsumsi. Konformitas hedonis teman sebaya dan lingkungan seseorang akan menjadikan individu tersebut memiliki kecenderungan untuk mengikuti apa yang dilakukan oleh lingkungannya, kemudian membentuk pola perilaku dan gaya hidup yang lebih konsumtif. Sehingga tidak mengherankan jika konformitas hedonis yang ada pada lingkungan remaja akan menyebabkan dampak negatif berupa perilaku yang lebih konsumtif. Hal ini dikarenakan pada masa remaja konformitas terjadi dengan frekuensi yang lebih tinggi dibandingkan dengan masa pertumbuhan lainnya (Surya, 1999: 65 dalam Mardiani, 2007).

Mahasiswa merupakan salah satu kelompok konsumen remaja (Lisma & Haryono, 2016, Gumulya, dkk, 2013). Mahasiswa yang merupakan bagian dari konsumen remaja cenderung bersikap hati-hati dalam menjaga penampilannya, guna menunjang penampilan tersebut salah satunya adalah dengan

berperilaku konsumtif (Agus dan Wahyudin, 2017). Sejalan dengan Arysa, 2013 (Hidayat dan Kurniawan, 2016) yang menyatakan bahwa mahasiswa mempunyai kepekaan terhadap apa yang sedang trend, mahasiswa cenderung mengikuti mode yang sedang beredar, sedangkan mode itu sendiri terus menuntut rasa tidak puas pada konsumen yang memakainnya, sehingga mendorong konsumen untuk terus mengkonsumsinya agar dikatakan mengikuti perkembangan zaman, kenyataan ini pada akhirnya membuat mahasiswa mempunyai pola hidup konsumtif. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Chaney (Hendariningrum dan Susilo, 2008) penampakan luar atau penampilan luar menjadi salah satu situs yang penting bagi gaya hidup. Hal-hal permukaan menjadi lebih penting dari substansi, gaya dan desain menjadi lebih penting dari fungsinya.

Beberapa uraian di atas menjadi sebuah alasan mengapa pengaruh langsung antara konformitas hedonis lebih tinggi dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung antara konformitas hedonis terhadap gaya hidup konsumtif. Jika menelisik lebih dalam pada hasil analisis deskriptif, rata-rata variabel konformitas pada kategori rendah, rata-rata variabel gaya hidup konsumtif berada pada kategori sedang, dan rata-rata variabel perilaku konsumtif berada pada kategori rendah. Selanjutnya berdasarkan besarnya konstibusi pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen, dapat disimpulkan bahwa konformitas hedonis memiliki pengaruh lebih besar yaitu sebesar 0,475 terhadap perilaku konsumtif dibandingkan dengan variabel gaya hidup konsumtif yang hanya memiliki pengaruh sebesar 0,426 terhadap perilaku konsumtif. Ada perbedaan pengaruh antar variabel konformitas hedonis dan variabel gaya hidup konsumtif terhadap perilaku konsumtif sebesar 0,049.

Hasil penelitian ini yang mengasilkan fakta bahwa gaya hidup konsumtif hanya mampu menjadi partial mediation dan tidak mampu memediasi variabel konformitas hedonis terhadap perilaku konsumtif secara sempurna meskipun masih signifikan, hal ini disebabkan karena tingakat perilaku konsumtif mahasiswa

bidikmisi Universitas Negeri Semarang angkatan tahun 2014 lebih bayak dipengaruhi oleh lingkungan dan orang-orang yang disekitarnya terlepas dari pola perilaku ataupun gaya hidup mereka yang konsumtif maupun tidak. Artinya meskipun pada dasarnya mahasiswa bidikmisi ini memiliki gaya hidup yang cukup konsumtif tetapi mahasiswa tersebut memiliki lingkungan dan teman yang tidak hedonis maka akan mampu menekan perilaku konsumtif mahasiswa tersebut.

### **Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif melalui Gaya Hidup Konsumtif**

Hasil uji hipotesis dengan menggunakan *Sobel Test* diperoleh nilai  $t_{hitung} =$

$-1,607 < t_{tabel} = 1,9681$ . Berdasarkan hasil perbandingan tersebut dapat disimpulkan bahwa gaya hidup konsumtif tidak memediasi literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa bidikmisi. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh langsung antara literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif dengan sumbanan sebesar -8,2%, dan besarnya pengaruh tidak langsung literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup konsumtif sebesar -2,26%. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara tidak langsung tingkat literasi ekonomi mahasiswa bidikmisi Universitas Negeri Semarang angkatan tahun 2014 tidak dapat mempengaruhi tinggi rendahnya perilaku konsumtif mahasiswa bidikmisi melalui gaya hidup konsumtif.

Konsep ekonomi literasi saat ini dianggap sangat penting untuk meningkatkan kompetensi setiap individu guna membuat keputusan pribadi dan sosial tentang banyak isu-isu ekonomi yang akan dihadapi selama hidup (Walstad, 1998 dalam Septiana, 2015). Hal ini dikarenakan manusia perlu belajar bagaimana menentukan pilihan, hal inilah yang akan dipelajari dalam ilmu ekonomi (economic), dengan demikian ilmu ekonomi membantu manusia agar pemenuhan kebutuhan dapat dilakukan dengan baik (Kanserina, 2015).

Literasi ekonomi sangat dibutuhkan oleh konsumen terutama remaja, hal ini dikarenakan remaja memiliki kemampuan berkonsumsi yang tinggi karena mereka cenderung menjadi *trend*

*center* dalam kegiatan berkonsumsi (Astuti, 2016). Hal ini dapat diartikan bahwa tinggi rendahnya tingkat literasi ekonomi seseorang akan mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Secara logika, individu dengan tingkat literasi ekonomi yang lebih baik akan memiliki pola konsumsi yang lebih baik dan terhindar dari pola konsumsi yang konsumtif. Kanserina (2015) menyimpulkan dalam penelitiannya bahwa literasi ekonomi berpengaruh signifikan negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Artinya apabila terdapat kenaikan pada literasi ekonomi maka akan menurunkan tingkat perilaku konsumtif mahasiswa, sebaliknya apabila terjadi penurunan tingkat literasi ekonomi mahasiswa maka akan menaikkan tingkat perilaku konsumtifnya.

Berbeda dengan Pratiwi (2017) yang menyimpulkan dalam penelitiannya bahwa literasi ekonomi berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Artinya bahwa semakin tinggi tingkat literasi ekonomi justru akan meningkatkan perilaku konsumtif seseorang dan sebaliknya. Hasil penelitian ini sangat bertolak belakang dengan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, hal ini dapat disebabkan karena beberapa faktor. Salah satunya adanya pola perilaku dan gaya hidup yang telah menjadi ciri khas orang tersebut. Proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman dan kebanyakan perilaku manusia adalah hasil proses belajar. Secara teori, pembelajaran seseorang dihasilkan melalui dorongan, rangsangan, isyarat, tanggapan, dan penguatan (Simamora, 2004). Rifa'i dan Anni (2012) mengungkapkan bahwa Teori belajar behavioristik merupakan proses perubahan perilaku. Perubahan perilaku yang dimaksud dapat berwujud perilaku yang tampak (*overt behavior*) atau perilaku yang tidak tampak (*innert behavior*). Proses perubahan perilaku menjadi lebih konsumtif sebagai sebuah respon tersebut disebabkan karena adanya stimulus berupa proses belajar dari lingkungannya yang membentuk gaya hidup konsumtif seseorang. Gaya hidup menjadi salah satu faktor penentu perilaku konsumsi seseorang.

Beberapa uraian di atas merupakan bukti bahwa sebenarnya baik literasi ekonomi maupun gaya hidup konsumtif merupakan faktor-faktor penentu tingkat perilaku konsumtif seseorang, hal ini dibuktikan melalui penelitian yang peneliti lakukan saat ini bahwa secara langsung literasi ekonomi dan gaya hidup konsumtif mempengaruhi perilaku konsumtif secara signifikan. Harapan peneliti dimana besarnya pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif akan meningkat jika dimediasi oleh variabel gaya hidup konsumtif ternyata tidak diterima, hal ini menjadi wajar mengingat pada hipotesis kelima (H5) yang menyatakan hubungan antara literasi ekonomi terhadap gaya hidup konsumtif juga ditolak. Ini berarti bahwa hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi ekonomi mahasiswa bidikmisi tidak berpengaruh terhadap gaya hidup konsumtif, atau dengan kata lain tinggi rendahnya tingkat literasi ekonomi mahasiswa bidikmisi tidak akan memberikan dampak apapun terhadap gaya hidup konsumtif, sehingga gaya hidup konsumtif tidak dapat memediasi pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa bidikmisi.

#### **SIMPULAN**

Simpulan dari penelitian ini yaitu: 1) Konformitas hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif; 2) Literasi ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif; 3) Gaya hidup konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif; 4) Konformitas hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup konsumtif; 5) Literasi ekonomi tidak berpengaruh terhadap gaya hidup konsumtif; 6) Gaya hidup konsumtif memediasi pengaruh konformitas hedonis terhadap perilaku konsumtif; 7) Gaya hidup konsumtif tidak memediasi pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif. Saran yang dapat diberikan kepada mahasiswa bidikmisi adalah agar lebih percaya diri dengan penampilan dirinya sendiri sehingga tidak mudah terpengaruh dan tidak mudah percaya

dengan lingkungan pergaulannya, kemudian mahasiswa bidikmisi diharapkan untuk lebih mengamalkan ilmu ekonominya dalam kegiatan sehari-hari. Kemudian saran bagi peneliti selanjutnya untuk mencari variabel intervening lain, peneliti menyarankan variabel *self control*, dan untuk jenis penelitian disarankan untuk menggunakan *mix method*.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, D., & Hartono. (2014). Analisis Sosiologis Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pad a Mahasiswa FISIP Universitas Lampung). *Jurnal Sosiologi*, 15(1), 72–86.
- Amin, D.P.A, & Pratiwi, T.I. (2017). Penerapan Teknik Latihan Asesif dengan Bermain Peran untuk Mengurangi Perilaku Konformitas pada Siswa Kelas VII G di SMP Negeri 1 Panarukan Situbondo. *Jurnal BK Unesa*, 7(3), 23-31.
- Arifin, Bustamil, Sulistyarini, & Husni Syahrudin. (2013). Penggunaan Beasiswa Bidikmisi pada Mahasiswa FKIP Untan. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 2(12).
- Astuti, Rika Pristian Fitri. (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(2), Juli 2016.
- Badan Pusat Statistik. (2015). Struktur Pembangunan Pengeluaran Konsumtif Akhir Rumah Tangga Tahun 2010 - 2014. BPS: Produk Domestik Bruto Indonesia Menurut Pengeluaran Tahun 2010-2014.
- Dian, R., Anggriani, P., & Legowo, D. M. (2014). Praktek Konsumtif Mahasiswa Bidik Misi ( Studi Mahasiswa Bidik Misi 2010 , Fakultas Ilmu Sosial , Universitas Negeri Surabaya ). *Jurnal Paradigma*, 2(2).
- Damayanti, A.M.(2014). Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Indekost Mewah di Kecamatan Kartasura. Doctoral Disertation. Surakarta: Fakultas Psikologi UMS.
- Dianti, Alfina Mijil, & Soesilowati. E. (2016). Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Universitas Negeri Semarang (Studi Kasus pada Mahasiswa Indekos). *Jurnal Skripsi Ekonomi Pembangunan*.
- Fajriah, N. K., & Setiyani, R. (2017). Pengaruh Gaya Hidup, Kepribadian, Situasi Ekonomi dan Mental Accounting Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi di Program Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Semarang. *Economic Education Analysis Journal*, 3(1), 1–11. Retrieved from <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eea>
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di genuk indah semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 12(1), 55–68.
- Ghozali, Imam. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Semarang: Undip Press.
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). Pengaruh Konsep Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*, 11(1), 50–65.
- Haryani, I, & Jhon Herwanto. (2015). Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi*, 11(1), Juni 2016.
- Hendariningrum, Retno dan M. Edy Susilo. (2008). Fashion dan Gaya Hidup: Identitas dan Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), Mei-Agustus 2008.
- Hidayat, A, & Chandra Kurniawan. (2016). Pengaruh Konsep Diri dan Kepercayaan Diri terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Gedget pada Mahasiswa Fakultas Hukum Non Reguler Universitas Islam Riau. *An-Nafs*, 10(1), Tahun 2016, ISSN 1907-3305.
- Ilham, M. B., & Mudzakir, M. (2015). Panggung Konsumtif Mahasiswa Bidik Misi Fakultas Ekonomi UNESA. *Jurnal Paradigma*, 3(2), 1–8.
- Imawati, I., Susilaningsing, & Ivada, E. (2013). Pengaruh Financial Literacy terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UNS*, 2(1), 48–58.
- Itryah. (2015). Hubungan antara Kelompok Teman Sebaya dengan Gaya Hidup Hedonis pada Mahasiswa Fakultas Hukum Sore Angkatan Tahun 2009 dan 2010 Universitas Sriwijaya Palembang. *Jurnal Ilmiah PSYCHE*, 9(1), Juli 2015, 01-07.
- Juliana, Maria Ulfah, dan Husni Syahrudin. (2013). Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku

- Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 3(3).
- Juliastuti, Annisa Dwi, Nur Hasanah, dan Faizah. (2016). Kepemilikan Kartu Pembayaran Elektronik tidak Memoderasi Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Impulse Buying. *Mediapsi*, 2(2). 1-7.
- Jumantini, E. (2016). Pengaruh Modernitas Individu, Lingkungan Sosial, dan Literasi Ekonomi terhadap Gaya Hidup dan Implikasinya pada Perilaku Konsumsi Siswa (Studi pada Siswa SMK Bidang Studi Keahlian Bisnis dan Manajemen di Kota Bandung). Disertasi. Bandung: Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Sekolah Pascasarjana, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Kanserina, D. (2015). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 5(1).
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. (2001). Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Kedelapan Jilid 1. Terjemahan Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Lisma, Niati, & Agung Haryono. (2016). Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ditinjau dari Motif Bertransaksi (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan Tahun 2012. *JPE*, 9(1), 41-50.
- Mardiani. (2007). Hubungan antara Konformitas terhadap Teman Sebaya dengan Kecenderungan Gaya Hidup Experiencers pada Siswa Kelas XI SMA Labschool Jakarta. Skripsi. Semarang: Fakultas Kedokteran UNDIP.
- Mowen, John C., dan Michael Minor. (2002). Perilaku Konsumen Jilid 1 Edisi Kelima. Terjemahan Lina Salim. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Nadzir, Misbahun. (2015). Psychological Meaning of Money dengan Gaya Hidup Hedonis Remaja di Kota Malang. Makalah disajikan dalam Seminar Psikologi dan Kemanusiaan, Psychology Forum, UMM, Malang.
- Nurvitria, Agnes Lestari. (2015). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Mahasiswa Jurusan PPB 2013 FIP UNY. *Jurnal Bimbingan dan Konseling*, Edisi 11 Tahun ke-4 Tahun 2015. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Pratiwi. I. (2017). Pengaruh Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Pembelian Impulsif untuk Produk Fashion di Online Shop pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(1).
- Rianton. (2013). Hubungan antara Konformitas Kelompok Teman Sebaya dengan Gaya Hidup Hedonis pada Mahasiswa Kab. Dhamasraya di Yogyakarta. *EMPATHY Jurnal Fakultas Psikologi*, 2(1).
- Rifa'i, Achmad, Cathrina Tri Anni. (2012). Psikologi Pendidikan. Semarang: UNNES Press.
- Ritzer, G. (2012). Teori Sosiologi dari Sosiologi Klasik sampai Perkembangan Terakhir Postmodern. Terjemahan Saut Pasaribu, Rh. Widada & Eka Adi Nugraha. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Septiana, A. (2015). The Influence of Economic Literacy on Consumption Behaviour Mediated by Local Cultural Values and Promotion. *Dinamika Pendidikan*, 10(2), 157-165. <https://doi.org/10.15294/dp.v10i2.5101>
- Simamora, Bilson. (2004). Panduan Riset Perilaku Konsumen. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. (2002). Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Perasnan Iklan Televisi. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Waseza, R., & Yulianto, A. (2016). Pengaruh Peran Orang Tua, Gaya Hidup, Konsep Diri, dan Financial Literacy terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas X IIS dan XI IIS Di SMA Negeri 5 Semarang Tahun Pelajaran 2015/ 2016. *Economic Education Analysis Journal*, 5(1), 1-12. Retrieved from <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eea>
- Wulandari, Fitri, Hari Wahyono, dan Agung Hayono. (2016). Pengaruh Perhatian Orang Tua, Respon pada Iklan, Intensitas Pergaulan Teman Sebaya, dan Pemahaman Siswa terhadap Mata Pelajaran Ekonomi terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas VII SMP N 2 Nglepok Kabupaten Blitar Tahun Ajaran 2015/2016. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 116-123.