

HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP HEDONIS DAN KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DENGAN PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF UNIVERSITAS MURIA KUDUS

Maratus Sholikhah; Dhini Rama Dhania
Program Studi Psikologi Universitas Muria Kudus
marawirani95@gmail.com; Dhini.rama@umk.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya dengan perilaku impulsif pada *customer* remaja puteri. Subjek penelitian ini adalah *customer* remaja puteri yang berkunjung di toko *handphone* Kudus yang terdiri dari 80 subyek. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *quota sampling* dalam pengambilan sampel. Data penelitian dikumpulkan menggunakan skala gaya hidup hedonis, skala konformitas teman sebaya, dan skala perilaku impulsif.. Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi sederhana menunjukkan hasil nilai $r_{x1,2y}$ sebesar 0,609 dengan p sebesar 0,000 ($p < 0,01$). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat signifikan antara gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya dengan perilaku impulsif. Efektifitas regresi dalam penelitian ini adalah sebesar 0,371 artinya gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya mempunyai sumbangan efektif sebesar 37,1 % terhadap kecenderungan perilaku impulsif, sedangkan 62,9 % ditentukan oleh faktor lain yang tidak diungkap dalam penelitian ini.

Kata kunci: gaya hidup hedonis, konformitas teman sebaya, perilaku impulsif

Abstract: This study was purposed to determine between hedonistic lifestyle and peer conformity with impulsive behavior on customer girls. These research subjects are customer girls who visit the Holy mobile phone shop which consisted of 80 samples. In this study, researchers used a quota sampling for sampling. The study data was gathered by using a hedonistic lifestyle scale, a peer conformity scale, and impulsive behavior scale. Results of testing the hypothesis by using simple analysis regression indicate results $r_{x1,2y} = 0.609$ and $p 0.000$ ($p < 0.01$). These conditions indicate that there was a significant relations between hedonistic lifestyle and peer conformity with impulsive behavior. The effectiveness of regression in this study was 0.371 means hedonistic lifestyle and conformity peers having the effective contribution of 37.1% against the trend of impulsive behavior, while 62.9% is determined by other factors that are not revealed in this study.

Keywords: hedonistic lifestyle, conformity peers, impulsive behavior

I. PENDAHULUAN

Dewasa ini fenomena kehidupan konsumtif semakin menjadi gaya hidup masyarakat, hal ini tampak dari semakin banyaknya gerai-gerai yang

melayani penyediaan barang-barang kebutuhan konsumen dalam berbagai kebutuhan. Banyak alasan yang menyebabkan konsumen melakukan kegiatan konsumtif, semua alasan dapat

digolongkan dalam keinginan untuk memenuhi kebutuhan (*needs*) bahkan keinginan (*wants*). Aktifitas pemenuhan kebutuhan konsumtif dilakukan dengan istilah belanja. Berbelanja yang dilakukan konsumen pada dasarnya tidak hanya dilakukan untuk pembelian yang direncanakan tetapi termasuk juga untuk pembelian barang-barang yang tidak direncanakan atau pembelian secara spontan (Pricilia, 2013).

Kacen & Lee (2002) mengatakan bahwa tingkah laku belanja yang tidak terencana ini merupakan fenomena perilaku konsumen yang keberadaannya tidak pernah surut, melibatkan pembelian produk dan muncul dalam berbagai situasi serta kebudayaan. Sedangkan menurut Bastin *et. Al* (2010) mengatakan perilaku pembelian spontan atau sering disebut dengan perilaku pembelian impulsif didefinisikan sebagai pembelian tidak terencana yang dibentuk dari pengambilan keputusan yang relatif cepat dan bias subyektif dalam mendukung kepemilikan langsung. Secara tradisional, perilaku pembelian impulsif dianggap suatu perilaku pembelian yang tidak rasional.

Menurut Mc Cabe & Ricciardell (Santrock, 2008) salah satu aspek psikologis dari pubertas yang muncul pada masa remaja adalah munculnya praokupasi (perhatian) yang besar terhadap penampilannya. Ketika menampilkan diri di hadapan orang lain, remaja putri akan berupaya agar terlihat menarik, disukai dan diterima banyak orang. Banyak cara yang dilakukan oleh remaja putri, namun salah satu cara yang kebanyakan dilakukan adalah dengan menjaga penampilannya

seperti pemakaian baju yang sesuai, pemilihan sepatu, tas, jam, gadget dan aksesoris lainnya. Keinginan remaja untuk selalu tampil menarik, gaul dan sesuai tren, tidak jarang membuat remaja putri kurang memikirkan dengan matang saat mengeluarkan uang untuk membeli barang-barang yang diinginkan. Hal ini mengakibatkan para remaja putri tidak memperhatikan faktor kebutuhan ketika membeli suatu barang. Para remaja putri cenderung membeli barang yang sesungguhnya tidak dibutuhkan dan pembelian ini biasanya dilakukan secara berlebihan, impulsif dan tanpa perencanaan yang matang (Maria, 2011).

Kondisi seperti ini bukan tidak mungkin akan menimbulkan perilaku yang merugikan dirinya bahkan meresahkan masyarakat. Remaja akan melakukan berbagai macam cara untuk memuaskan keinginannya untuk berbelanja. Survei yang dilakukan oleh Deteksi Jawa Pos menemukan bahwa 20,9 % dari 1.074 responden yang berstatus sebagai pelajar yang berdomisili di Jakarta dan Surabaya mengaku pernah menggunakan uang spp-nya untuk membeli barang incarannya ataupun hanya untuk bersenang-senang (Jawa Pos, 2003).

Dari faktor - faktor yang mempengaruhi seseorang berperilaku pembelian impulsif menyatakan bahwa gaya hidup merupakan salah satu faktor yang dominan dalam pembentukan perilaku pembelian impulsif. Hawkins (2007) mengatakan bahwa gaya hidup seseorang mempengaruhi kebutuhan, keinginan serta perilakunya termasuk perilaku membeli. Gaya

hidup juga sering dijadikan motivasi dasar dan pedoman dalam membeli sesuatu. Pembentukan gaya hidup seseorang dipengaruhi oleh situasi yang pernah dijumpainya, kelas sosial, kelompok sosial, keluarganya dan ciri-ciri pribadinya (Hawkins, Best & Mothersbaug, 2007).

Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard (Hasibuan, 2009) mendefinisikan gaya hidup sebagai pola dimana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uangnya. Gaya hidup setiap orang mengarah pada ekspresi akan situasi, pengalaman hidup, nilai-nilai, sikap dan harapan. Sedangkan Setiadi (2003) menyatakan bahwa gaya hidup secara luas diidentifikasi sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu (aktivitas), apa yang orang anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan juga dunia sekitarnya (pendapat).

Menurut Susanto (2001) remaja yang memiliki kecenderungan gaya hidup hedonis biasanya akan berusaha agar sesuai dengan status sosial hedon, melalui gaya hidup yang tercermin dengan simbol-simbol tertentu, seperti merek-merek yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, dan segala sesuatu yang berhubungan serta dapat menunjukkan tingkat status sosial yang tinggi.

Hasil penelitian Nurvitria (2015) yang berjudul pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa

jurusan PBB 2013 FIP UNY menunjukkan bahwa tingkat gaya hidup hedonis dan pembelian impulsif tergolong sedang, kemudian adanya pengaruh positif gaya hidup hedonis terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa PPB 2013 UNY. Artinya semakin tinggi tingkat gaya hidup hedonis maka semakin tinggi perilaku pembelian impulsif, sebaliknya semakin rendah gaya hidup hedonism aka semakin rendah perilaku pembelian impulsif.

Selain gaya hidup hedonis faktor lain yang memicu para remaja berkecenderungan berperilaku pembelian impulsif adalah adanya pengaruh kelompok atau konformitas teman sebaya. Menurut Santrock (2007) menyatakan bahwa konformitas muncul ketika individu meniru sikap atau tingkah laku orang lain dikarenakan tekanan yang nyata maupun yang dibayangkan. Konformitas dalam hal perilaku pembelian cenderung lebih identik pada remaja putri dibandingkan pada remaja putra. Menurut Rice (Zebua & Nurdjayadi, 2001) menyatakan bahwa remaja putri lebih konform dibandingkan remaja putra hal tersebut terjadi karena remaja putri lebih mudah dipengaruhi. Hurlock (1993) menyebutkan bahwa konformitas akan semakin tinggi apabila dalam kelompok tersebut anggota-anggotanya melakukan hal yang sama termasuk dalam bersama-sama membeli suatu produk dan merek.

Hasil penelitian Sihotang (2009) tentang hubungan antara konformitas terhadap kelompok teman sebaya dengan pembelian impulsif pada

remaja. Hasil analisis tersebut menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara konformitas terhadap kelompok teman sebaya dengan pembelian impulsif pada remaja ($r_{xy} = 0,189$, $p = 0,008$ / $p < 0,05$). Semakin tinggi konformitas terhadap kelompok teman sebaya maka semakin tinggi pembelian impulsif pada remaja, sebaliknya semakin rendah konformitas terhadap kelompok teman sebaya akan semakin rendah pembelian impulsif pada remaja. Sumbangan efektif konformitas terhadap kelompok teman sebaya dengan pembelian impulsif sebesar 3,6%, sehingga 96,4% pembelian impulsif pada remaja dipengaruhi oleh konformitas terhadap kelompok teman sebaya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya dengan perilaku pembelian impulsif.

II. METODE

Variabel dalam penelitian ini adalah variabel tergantung (pembelian impulsif) dan variabel bebasnya (gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya). Subjek penelitian yang digunakan adalah remaja putri pengunjung toko *handphone* yang umumnya pada rentang usia 15-19 tahun yang berjumlah 80 remaja putri. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *accidental sampling*.

Skala pembelian impulsif yang digunakan dalam penelitian ini di ambil dari aspek-aspek perilaku pembelian impulsif menurut Rook (1987) yang telah dimodifikasi oleh penulis. Aspek-aspek perilaku pembelian impulsif tersebut

meliputi spontanitas, kekuatan impuls, adanya stimulasi lingkungan dan kurang peduli dengan konsekuensi. Skala pembelian impulsif memperoleh hasil reliabilitas 0,938.

Skala gaya hidup hedonis yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari aspek-aspek gaya hidup hedonis menurut Plumer (Kasali, 1998) yang dimodifikasi oleh penulis. Aspek-aspek menurut Plumer (Kasali, 1998) meliputi *activities* (kegiatan), *interest* (minat) dan *opinion* (opini). Skala gaya hidup hedonis memperoleh hasil reliabilitas 0,879.

Skala konformitas teman sebaya yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari aspek-aspek dari Sears, dkk (1994) yang telah dimodifikasi oleh penulis. Aspek-aspek dari Sears, dkk (1994) tersebut meliputi; perilaku, penampilan dan pandangan. Skala konformitas teman sebaya memperoleh hasil reliabilitas 0,940.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *product moment* untuk menguji hipotesis.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* diketahui $r_{x1,2y}$ sebesar 0,609 dengan p sebesar 0,000 ($p < 0,01$) ini berarti ada hubungan yang sangat signifikan antara gaya hidup hedonis, konformitas teman sebaya dengan perilaku impulsif pada remaja putri. Dengan demikian hipotesis mayor yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

Hasil uji hipotesis pertama dari hasil pengolahan data yang diperoleh dari lapangan dengan menggunakan program SPSS 15,0 for windows menunjukkan adanya koefisien korelasi r_{x1y} sebesar 0,372 dengan p sebesar 0,001 ($p < 0,01$). Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang sangat signifikan antara variabel gaya hidup hedonis dengan perilaku impulsif. Artinya semakin tinggi gaya hidup hedonis seseorang maka semakin tinggi perilaku impulsif orang tersebut sebaliknya semakin rendah gaya hidup hedonis seseorang maka semakin rendah pula perilaku impulsifnya. Dengan demikian hipotesis minor satu yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

Hal tersebut sesuai dengan pendapat Susianto (Rianton, 2013) menyatakan bahwa orang yang menganut gaya hidup hedonis adalah individu yang mengarahkan aktivitasnya untuk mencapai kenikmatan hidup. Sebagian besar aktivitas yang dilakukan banyak diluahkan di luar rumah, lebih senang bermain, ingin menjadi pusat perhatian dan senang membeli barang-barang yang kurang diperlukan.

Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan adanya koefisien korelasi r_{x2y} sebesar 0,564 dengan p sebesar 0,000 ($p < 0,01$). Hasil ini menunjukkan ada hubungan positif yang sangat signifikan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku impulsif. Artinya semakin tinggi konformitas teman sebaya seseorang maka semakin tinggi perilaku impulsifnya, sebaliknya semakin rendah

konformitas teman sebaya seseorang maka semakin rendah perilaku impulsif. Dengan demikian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

Berdasarkan pernyataan tersebut maka penelitian ini sesuai dengan pendapat Bourdieu & Featherstone (Siswandari, 2005) yang mengatakan bahwa remaja biasanya membeli produk dengan simbol kesukaan, gaya hidup dan identitas. Alasan seorang remaja membeli secara impulsif adalah karena tertarik bentuknya, warnanya, atau karena banyak teman-temannya memilikinya.

Hasil yang diperoleh dari uji hipotesis menunjukkan R^2 (R square) adalah 0,371. Hal ini berarti sumbangan efektif gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya terhadap perilaku impulsif sebesar 37,1 % dan masih ada 62,9 % dipengaruhi oleh faktor lain.

Hasil analisis variabel perilaku impulsif diperoleh M empirik sebesar 65,51 dengan SD empirik sebesar 9,765. Berdasarkan norma kategori perilaku impulsif tergolong sedang. Hal ini diketahui dari hasil respon subjek pada item dalam skala yang menunjukkan prosentase perilaku impulsif terbesar pada tingkat sedang dengan perincian sebagai berikut: *customer* remaja puteri yang impulsifnya sangat rendah ada 4 orang (5,7%), *customer* remaja puteri yang impulsifnya rendah ada 8 orang (11,4%), *customer* remaja puteri yang impulsifnya sedang ada 40 orang (57,1%), *customer* remaja puteri yang impulsifnya tinggi ada 15 orang (21,4%), dan *customer* remaja

puteri yang impulsifnya sangat tinggi ada 3 orang (4,2%).

Hasil analisis variabel gaya hidup hedonis diperoleh M empirik sebesar 59,34 dengan SD empirik sebesar 9,561. Berdasarkan norma kategori gaya hidup hedonis tergolong sedang. Hal ini diketahui dari hasil respon subjek pada item dalam skala yang menunjukkan prosentase gaya hidup hedonis terbesar pada tingkat sedang dengan perincian sebagai berikut: *customer* remaja puteri yang gaya hidup hedonisnya sangat rendah ada 6 orang (8,5%), *customer* remaja puteri yang gaya hidup hedonisnya rendah ada 11 orang (15,7%), *customer* remaja puteri yang gaya hidup hedonisnya sedang ada 28 orang (40%), *customer* remaja puteri yang gaya hidup hedonisnya tinggi ada 20 orang (28,5%), dan *customer* remaja puteri yang gaya hidup hedonisnya sangat tinggi ada 5 orang (7,1%).

Hasil analisis variabel konformitas teman sebaya diperoleh M empirik sebesar 46,86 dengan SD empirik sebesar 8,199. Berdasarkan norma kategori konformitas teman sebaya tergolong sedang. Hal ini diketahui dari hasil respon subjek pada item dalam skala yang menunjukkan prosentase konformitas teman sebaya terbesar pada tingkat sedang dengan perincian sebagai berikut: *customer* remaja puteri yang konformitas teman sebayanya sangat rendah ada 6 orang (8,5%), *customer* remaja puteri yang konformitas teman sebayanya rendah ada 6 orang (8,5%), *customer* remaja puteri yang konformitas teman sebayanya sedang ada 35 orang (50%), *customer* remaja puteri yang konformitas teman sebayanya

tinggi ada 20 orang (28,5%), dan *customer* remaja puteri yang konformitas teman sebayanya sangat tinggi ada 3 orang (4,2%).

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan yang diambil dari penelitian ini adalah :

- 1) Ada hubungan yang sangat signifikan antara gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya dengan perilaku impulsif. Besarnya pengaruh gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya dengan perilaku impulsif, tampak pada sumbangan efektif sebesar 37,1 % dan masih ada 62,9 % dipengaruhi oleh faktor lain.
- 2) Tingkat pembelian impulsif pada *customer* remaja puteri tergolong sedang.
- 3) Tingkat gaya hidup hedonis pada *customer* remaja puteri tergolong sedang.
- 4) Tingkat konformitas teman sebaya pada *customer* remaja puteri tergolong sedang.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka penulis mengajukan saran sebagai berikut:

1) Bagi Remaja

Bagi para remaja yang memiliki perilaku impulsif, diharapkan untuk dapat mempertimbangkan atau mengurangi intensitas membeli secara impulsif yang dimotivasi oleh gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya dengan cara lebih

membatasi pembelian barang yang kurang penting dan memilih membeli barang yang dibutuhkan.

2) Bagi peneliti lain

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik dengan topic yang sama, disarankan agar mempertimbangkan variabel lain yang diduga turut berperan dalam mempengaruhi perilaku impulsif.

Engel, James F, R.D.Blackwell and Paul W. Miniard. (1992). *Perilaku Konsumen* .Edisi Keenam. Group

DAFTAR RUJUKAN

- 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
- Kacen, J.J., & Lee, J.A., (2002). *The influence of culture on consumer impulsive buying behavior,*
- Nugroho J. Setiadi, SE., MM. (2008). *Perilaku Konsumen :Konsep dan Impilikasi Untuk Strategi*
- Santrock, John, W. (2008). *Psikologi Pendidikan (edisi kedua)*. Jakarta: Kencana Prenada Media
- Setiadi, Nugroho. (2003). "Perilaku Konsumen ; Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Prenada Media Jakarta
- Yu, C. and M. Bastin (2010), "Hedonic Shopping Value and Impulse Buying Behavior in Transitional Economies : A Symbiosis in the Mainland China Marketplace,"*Journal of Brand Management*, Vol. 18, No. 2, pp. 106-114.