



Analisis perilaku konsumsi melalui gaya hidup pada usia remaja

Ratna Fitri Astuti^{a,1*}, Vitria Puri Rahayu^{b,2}, Mustangin^{c,3}, Ritma Ratri Candra Dewi^{d,4}, Rosyidah Rahmaniah^{e,5}

^a Universitas Mulawarman, Jalan Kuaro Kampus Gn.Kelua, Kota Samarinda, Kalimantan Timur, 75119, Indonesia

¹ ratna.fitri@fkip.unmul.ac.id; ² vitria.puri@fkip.unmul.ac.id; ³ mustangin@fkip.unmul.ac.id;

⁴ emaema237@gmail.com; ⁵ rosyidahrahmaniah22@gmail.com

* Corresponding Author

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima: 23 Agustus 2022

Direvisi: 28 September 2022

Disetujui: 13 Oktober 2022

Tersedia Daring: 31 Oktober 2022

Kata Kunci:

Gaya Hidup

Perilaku Konsumsi

Remaja

ABSTRAK

Mahasiswa yang saat ini masih tergolong pada usia remaja akhir di Kota Samarinda memiliki gaya hidup yang tinggi terutama masalah penampilan karena cenderung mengikuti tren, namun hal ini tidak didukung oleh pendapatan yang memadai serta belum mandiri mahasiswa secara finansial. Penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan lebih rinci bagaimana perilaku konsumsi yang dilakukan individu terutama di usia remaja jika dilihat dari gaya hidup yang dijalani. Jenis penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kualitatif, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, serta menarik kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa mahasiswa di kota Samarinda sebagian besar suka berbelanja, suka bergaul dan juga suka untuk berlibur, tetapi mahasiswa juga memiliki motif berkonsumsi pada pembelian produk bermanfaat. Hal tersebut ditunjukkan oleh gaya hidup mahasiswa yang berorientasi pada pemenuhan kebutuhan untuk menunjang pendidikan. Gaya hidup mahasiswa lebih berorientasi pada masa depan, sehingga membuat mahasiswa dalam bertindak memiliki banyak pertimbangan termasuk pada perilaku konsumsinya. Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup mahasiswa di kota Samarinda adalah gaya hidup yang senang berbelanja namun tetap dibarengi dengan pertimbangan yang matang terkait kebermanfaatan produk.

ABSTRACT

Keywords:

Consumption Behavior

Lifestyle

Teenager

Students who are currently still classified as late teens in Samarinda City have a high lifestyle, especially appearance problems because they tend to follow trends, but this is not supported by adequate income and students are not financially independent. This study aims to describe in more detail how consumption behavior is carried out by individuals, especially at the age of teenagers when viewed from the lifestyle they live. The type of research conducted is descriptive qualitative, data analysis techniques used in this study are data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Based on the results of the study, it is known that students in Samarinda city mostly like shopping, like to hang out and also like to go on vacation, but students also have a consumption motive for buying useful products. This is indicated by the student's lifestyle which is oriented towards meeting the needs to support education. The student's lifestyle is more future-oriented, so that students have a lot of considerations in their actions, including their consumption behavior. It can be concluded that the student lifestyle in the city of Samarinda is a lifestyle that loves to shop but is still accompanied by careful considerations regarding the usefulness of the product.



How to Cite: Astuti, R. F., Rahayu, V. P., Mustangin, M., Dewi, R. R. C., & Rahmaniah, R. (2022). Analisis Perilaku Konsumsi Melalui Gaya Hidup Pada Usia Remaja. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, Vol 6 (2), 232-241, <https://doi.org/10.22219/satwika.v6i2.22313>

1. Pendahuluan

Perilaku konsumsi seseorang dapat dilihat dari bagaimana tindakan yang dilakukan dalam pengambilan keputusan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Perilaku konsumsi seseorang juga tidak didasarkan pada pertimbangan yang matang, melainkan atas dasar keinginan dan kesenangan semata ([Iskandar & Rahmayanti, 2018](#)). Individu diusia remaja dituntut untuk mampu membedakan mana yang menjadi kebutuhan dan mana yang hanya bersifat keinginan, ([Indrianawati & Soesatyo, 2015](#)) juga memaparkan bahwa dalam menyusun pola konsumsi pada umumnya seseorang akan mendahulukan kebutuhan pokok, sedangkan kebutuhan sekunder akan dipenuhi saat tingkat pendapatan meningkat.

Pola konsumsi merupakan suatu susunan kebutuhan pokok manusia yang nantinya akan dibutuhkan guna memenuhi kebutuhan pokoknya dalam kehidupan sehari-hari ([Nuriyanto et al., 2018](#)). Artinya dalam memenuhi kebutuhan seseorang harus berdasarkan skala prioritas, adanya skala prioritas maka pendapatan yang diterima akan cukup memenuhi kebutuhan terutama kebutuhan penting terlebih dahulu. [Napitupulu et al., \(2021\)](#) mengatakan setiap manusia memiliki pola perilaku yang berbeda dalam mengelola keuangan dan biasanya seseorang yang paham dengan kondisi keuangannya mempunyai perilaku pengelolaan keuangan yang bijak. Suatu keadaan juga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengubah dan menyesuaikan perilaku dan preferensi pembelian mereka ([Dixit, 2021](#))

Seseorang secara sadar melakukan upaya untuk mengurangi dan membatasi jumlah konsumsi hanya apa yang mereka butuhkan, dan menghindari konsumsi berlebihan ([Agrawal & Gupta, 2018](#)).

Namun saat ini dengan pengaruh dari lingkungan pergaulan remaja, perilaku konsumsi yang dimiliki telah mengalami sedikit pergeseran, tidak hanya berfokus pada kebutuhan tetapi juga keinginan, hal ini juga sependapat dengan [Dhaliwal et al., \(2020\)](#) bahwa pergaulan remaja saat ini membuat para remaja selalu ingin memenuhi keinginan dalam memperoleh barang mewah. [Adiputra & Moningga, \(2012\)](#) menjelaskan bahwa seseorang menjadi lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan serta cenderung dikuasai oleh hasrat keduniawian dan kesenangan material semata. Terkadang individu belum memiliki skala prioritas dalam aktivitas konsumsinya, tidak bisa membedakan mana kebutuhan pokok dengan keinginan yang kemudian mendorong terjadinya perilaku konsumsi secara irasional.

[Eastman et al., \(2015\)](#) juga menyatakan bahwa konsumsi sebagai proses motivasi dimana individu berusaha untuk meningkatkan status sosial mereka melalui berbagai keinginan yang dianggap tidak masuk akal dan bukan kebutuhan pokok. [Jafari et al., \(2013\)](#) mengatakan bahwa hubungan antara konsumsi dan sosialitas merupakan fakta yang tidak bisa dielakan. Sependapat dengan yang diungkapkan. Ciri individu dalam masyarakat konsumen mengalami pergeseran logis terkait konsumsi, yaitu logika konsumsi sebagai kebutuhan menjadi keinginan dimana konsumsi menjadi pemenuhan penanda sosial.

Perilaku konsumsi seseorang dapat dilihat dari bagaimana gaya hidup yang dijalani, gaya hidup seseorang dapat mempengaruhi kebutuhan, keinginan serta perilakunya termasuk perilaku membeli. Gaya hidup dibentuk melalui interaksi

sosial, dimana gaya hidup adalah cara yang ditempuh seseorang dalam menjalani hidupnya yang meliputi aktivitas, minat, sikap, konsumsi dan harapan. [Hornig et al., \(2013\)](#) menyimpulkan bahwa gaya hidup dengan demikian menggabungkan kekuatan seperti budaya, nilai, sumber daya, dan hukum, dan tercermin dalam pembelian konsumen dan perilaku konsumsi.

Gaya hidup yang terbentuk akibat budaya juga dapat menyebabkan pergeseran perilaku konsumsi ([Apergis & Li, 2016](#)). Gaya hidup mengacu pada pola konsumsi yang mencerminkan pilihan seseorang dari dia menghabiskan waktu dan uang, artinya gaya hidup dapat dilihat dari bagaimana individu berkonsumsi. Hubungan antara pola konsumsi dan gaya hidup dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti, lingkungan dan globalisasi, globalisasi dapat memicu berubahnya pola konsumtif pada seseorang ([Rofii & Kumaat, 2021](#)).

[Risnawati et al., \(2018\)](#) mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif masyarakat modern sekarang ini lebih condong ke dalam emosional motif, konsumsi digunakan untuk membentuk identitas diri yang pada akhirnya membentuk suatu gaya hidup pada kelompok status tertentu. Dalam hal ini [Ko et al., \(2010\)](#) juga menyebutkan bahwa gaya hidup merupakan faktor paling berpengaruh dalam menentukan pembelian individu. Mahasiswa yang saat ini masih tergolong pada usia remaja akhir di Kota Samarinda memiliki gaya hidup yang tinggi terutama masalah penampilan karena cenderung mengikuti tren, namun hal ini tidak didukung oleh pendapatan yang memadai serta belum mandiri mahasiswa secara finansial. [Ratten, \(2020\)](#) mengatakan bahwa untuk melakukan kegiatan ekonomi dengan memperhatikan gaya hidup, diperlukan hubungan yang lebih erat antara keseimbangan kerja dan kehidupan.

Perubahan gaya hidup pada remaja yang terjadi adalah cara berpakaian yang cenderung memilih produk branded dan kebiasaan nongkrong ([Utami, 2021](#)). Ada beberapa penelitian terdahulu yang

berkaitan dengan perilaku konsumsi salah satunya [Bernardo J, \(2020\)](#) dengan judul "*Personality and Consumer Behavior or Lifestyle Analysis*" penelitian ini fokus pada analisis perilaku konsumsi dan gaya hidup responden yang diklasifikasikan berdasarkan gender. Kemudian ada penelitian oleh [Shao & Li \(2021\)](#) dengan judul "*How do utilitarian versus hedonic products influence choice preferences: Mediating effect of social comparison*" dengan fokus penelitian pada perilaku konsumsi lansia atau orang tua Berdasarkan permasalahan dan beberapa penelitian terdahulu yang belum membahas terkait perilaku konsumsi remaja maka, penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan lebih detail bagaimana perilaku konsumsi yang dilakukan individu terutama diusia remaja jika dilihat dari gaya hidup yang dijalani. Diharapkan penelitian ini mampu untuk memberikan gambaran bagaimana gaya hidup dikalangan remaja Kota Samarinda, yang nantinya dapat dimanfaatkan sebagai kajian ilmiah pada penelitian lanjutan untuk menemukan formulasi dari perilaku konsumsi yang ideal.

2. Metode

Jenis penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kualitatif. Pengambilan informan menggunakan non-probability sampling dengan purposive sampling dengan kriteria mahasiswa di kota samarinda yang memiliki batas usia maksimal 22 tahun. Pertimbangan dalam ini yaitu informan merupakan mahasiswa pada usia remaja yaitu 18-21 tahun di Kota Samarinda. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan kuisinoner.

Kuesioner yang disebarakan berisi 30 pertanyaan yang dikembangkan dari teori Maslow (2002) tentang gaya hidup yang mempengaruhi perilaku konsumsi, kuesioner dibuat dalam bentuk skala likert dengan lima pilihan jawaban. Kuesioner disebarakan pada 96 mahasiswa dan wawancara dilakukan pada 12 mahasiswa, dimana wawancara yang digunakan dalam penelitian ini merupakan wawancara tidak

terstruktur. Tahapan-tahapan penelitian terdiri dari tahap pra penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pemeriksaan keabsahan data serta penulisan laporan. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, serta menarik kesimpulan. Pemeriksaan keabsahan data yang digunakan adalah teknik triangulasi sumber.

3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian dilakukan dengan menggunakan kuesioner untuk mengetahui kondisi variable yang diteliti, hasil penelitian dapat dijelaskan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Penelitian

Variabel	Rata-rata	Kategori
Gaya Hidup		
- Aktivitas	3,67	Tinggi
- Minat	3,90	Tinggi
- Opini	4,47	Sangat Tinggi
	4,01	Tinggi
Perilaku Konsumsi		
- Pemenuhan kebutuhan sesuai intensitas	4,04	Baik
- Motif Konsumsi	4,19	Baik
- Penerapan prinsip ekonomi	4,18	Baik
	4,13	Baik

Berdasarkan [tabel 1](#) di atas dapat diketahui bahwa gaya hidup responden cenderung tinggi. Pada indikator pertama yaitu aktivitas yang diukur dengan item pernyataan sering berkumpul bersama teman saat waktu luang dan mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,67 dengan kategori tinggi. Hal ini menandakan bahwa mahasiswa di kota Samarinda lebih memilih menghabiskan waktu luangnya bersama teman disekitarnya daripada berdiam diri atau beristirahat dirumah saja. Indikator kedua yaitu minat mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,90 dengan kategori tinggi. Gaya hidup tersebut terutama berfokus pada hobi yang dimiliki serta waktu luang yang

kebanyakan dihabiskan bersama teman di sekitarnya.

Indikator ketiga yaitu opini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,47 yang terkategori sangat tinggi. Gaya hidup yang dimiliki mahasiswa di kota Samarinda berfokus atau berorientasi pada masa depan, dimana mahasiswa mempersiapkan masa depan dengan memperhatikan pendidikannya mulai dari sekarang. Namun gaya hidup yang tinggi ini juga dibarengi dengan motif konsumsi pada barang-barang bermanfaat, sehingga perilaku konsumsinya menunjukkan pada arah yang baik.

Indikator perilaku konsumsi yang pertama yaitu pemenuhan kebutuhan sesuai intensitas mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,04 dengan kategori tinggi, dimana terdapat tiga item pernyataan yang digunakan dalam indikator ini dan memiliki kesamaan kategori yaitu tinggi dengan nilai rata-rata yang tidak jauh berbeda. Indikator kedua yaitu motif dalam berkonsumsi mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,19 dengan kategori tinggi. Indikator tersebut diukur dengan pernyataan yang berkaitan dengan motif sosial dimana mahasiswa ikut berdonasi atau menyumbang saat ada musibah atau bencana, hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki motif sosial yang kuat dalam penggunaan uang atau biaya hidupnya serta memiliki rasa kepedulian yang tinggi terhadap lingkungan sekitar.

Indikator terakhir yaitu penerapan prinsip ekonomi mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,19 yang terkategori tinggi. Diukur menggunakan pernyataan membandingkan harga sebelum membeli barang yang didominasi oleh jawaban setuju, hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa memiliki kesadaran untuk berhemat dengan membandingkan harga dan membeli pada tempat yang lebih terjangkau harganya guna menghemat pengeluaran tersebut. Mahasiswa juga memiliki perilaku konsumsi

terarah atau terencana karna membuat skala prioritas serta membagi anggaran dan mencoba berhemat dengan menerapkan prinsip ekonomi namun tidak lupa untuk berbagi kesesama karena memiliki motif sosial yang kuat.

Perilaku konsumsi seseorang salah satunya dapat dilihat dari bagaimana pemenuhan kebutuhan yang dilakukan, tidak hanya pada jenis barang yang dipilih tetapi juga bagaimana pengelolaan kebutuhan yang disusun berdasarkan skala prioritas. Dalam melakukan kegiatan pemenuhan kebutuhan, sebagian masyarakat tidak dapat terlepas dari tradisi-tradisi yang telah diyakini dapat membantu memperlancar usaha ([Windarani et al., 2021](#)). Masyarakat akan melakukan berbagai cara untuk memebuhi kebutuhan hidupnya, apabila satu kebutuhan sudah terpenuhi maka kebutuhan lain akan muncul ([Amaliya et al., 2017](#)).

Berdasarkan hasil penelitian, mahasiswa sudah sadar akan pentingnya skala prioritas dan juga sudah berupaya untuk menyusun skala prioritas di setiap bulan. Pentingnya kajian pola konsumsi dan gaya hidup ini guna mengetahui seberapa besar pola dan gaya hidup yang dilakukan mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari baik itu dari segi pola konsumsi makanan, barang dan jasa, serta gaya hidupnya guna memenuhi kebutuhan dan hasrat hidup sehari-hari ([Nuriyanto et al., 2018](#)).

Dari tiga aspek gaya hidup yang diukur, aspek opini menempati prioritas yang diutamakan oleh mahasiswa. Kebutuhan yang akan menunjang pendidikan menjadi prioritas utama untuk dipenuhi, terlihat pada skala prioritasnya mahasiswa menyusun kuota atau uang pulsa berada di urutan atas untuk menunjang perkuliahan pada masa daring seperti kemarin, artinya mahasiswa sudah paham dan telah berorientasi pada masa depannya dimana masa depan harus dipersiapkan mulai sekarang dengan memperhatikan kebutuhan untuk menunjang pendidikan. Hal ini juga disampaikan oleh [Rofii & Kumaat, \(2021\)](#) bahwa seorang mahasiswa tentunya diharapkan dapat

berkonsumsi sesuai dengan skala prioritas kebutuhan.

Opini yang ada dimahasiswa merujuk pada pentingnya mempersiapkan masa depan, sehingga dalam mengelola perilaku konsumsi mahasiswa juga membagi dengan jelas pada sektor kebutuhan sesuai skala prioritas. [Ozdamar Ertekin et al., \(2020\)](#) mengatakan bahwa persepsi terhadap sesuatu yang dikonsumsi berpengaruh pada cara seseorang mengatur pola konsumsinya. Artinya mahasiswa telah mampu membedakan mana kebutuhan yang penting dan diprioritaskan serta mana yang tidak dalam pembagian anggaran biaya hidupnya. Fakta bahwa perubahan kecil yang dilakukan melalui konsumsi secara sadar dalam konsumsi sehari-hari menghasilkan penghematan besar dari waktu ke waktu ([Agrawal & Gupta, 2018](#)).

Aspek kedua yang menentukan perilaku konsumsi remaja adalah pada minat yang dimiliki, mahasiswa sudah mengetahui dengan jelas cita-cita yang ingin dicapai. Saat menyusun rencana untuk masa depan hal tersebut dapat digunakan untuk mempertimbangkan preferensi seseorang atau konsumen dalam mengkonsumsi barang ([Horng et al., 2013](#)). Perkembangan teknologi dan informasi membuat remaja mudah mengakses dan merencanakan bagaimana cara yang akan ditempuh untuk mewujudkan cita-citanya. Adanya pemahaman tentang pencapaian masa depan membuat remaja mengalokasikan dana yang dimiliki untuk menunjang hobi.

[Pohan & Annisa, \(2021\)](#) menyatakan bahwa suatu perencanaan keuangan, bila dijalankan baik bisa membantu mahasiswa mencapai tujuan keuangan jangka pendek dan jangka panjang yang sudah ditetapkan. Hal tersebut juga sependapat dengan [Wardani et al., \(2022\)](#) bahwa pengelolaan keuangan berpengaruh sangat besar terhadap masa depan seseorang individu serta alternatif untuk terhindar dari masalah keuangan yang berlebihan. Salah satu hobi yang dilakukan mahasiswa dan paling dominan adalah berkumpul bersama teman, namun berkumpul disini bukan semata-mata

untuk menghabiskan uang namun lebih kearah yang positif yaitu mengerjakan tugas bersama, saling bertukar pikiran dan berkeluh kesah masalah perkuliahan dan lain sebagainya. [Judge et al., \(2019\)](#) yang berarti seseorang memperoleh sesuatu terutama untuk mempertahankan identitas sosial atau untuk mengekspresikan diri.

Selain mengalokasikan dana pada hobi atau kesukaan remaja juga tidak lupa dengan lingkungan sekitarnya, hal ini terlihat dari kepedulian tinggi yang dimiliki remaja dengan aktif berkegiatan apabila terjadi bencana, aktif berpartisipasi pada kegiatan penggalangan dana baik secara fisik atau tenaga maupun secara materil dengan memberikan sejumlah uang. Hal tersebutlah yang dinamakan gaya hidup positif yang dipengaruhi budaya, kelompok referensi, dan keluarga ([Ko et al., 2010](#)). Hal ini menandakan bahwa mahasiswa memiliki sikap sosial serta kepedulian yang tinggi terhadap lingkungan sekitarnya. Ada perilaku komunikasi antara satu individu dengan individu lain yang dipengaruhi oleh kehadiran teknologi. Komunikasi *face to face* menjadi kehilangan makna dalam kehidupan sosial ([Zis et al., 2021](#)). Gaya hidup yang dilakukan oleh mahasiswa adalah cara mahasiswa memberi makna pada human experience, dimana seorang mahasiswa juga memiliki peran sangat sentral untuk lingkungannya ([Suyanto et al., 2019](#)). Ada perilaku komunikasi antara satu individu dengan individu lain yang dipengaruhi oleh kehadiran teknologi. Komunikasi *face to face* menjadi kehilangan makna dalam kehidupan sosial,

Selain dilihat dari sisi sosial, mahasiswa yang berada pada usia remaja saat ini memiliki motif yang kuat dalam menggunakan produk terkenal untuk menambah rasa percaya dirinya. [Anggraini et al., \(2017\)](#) mengatakan kesadaran remaja yang tinggi akan produk-produk baru dan bermerk menyebabkan mereka cenderung untuk meniru gaya-gaya baru. Mahasiswa juga memiliki rasa kebanggaan tersendiri apabila menggunakan produk dari brand yang terkenal, dimana dengan menggunakan

produk terkenal maka individu akan mengalami peningkatan rasa percaya diri. Dikatakan oleh [Dhaliwal et al., \(2020\)](#) bahwa keinginan untuk membeli barang mewah dipengaruhi juga oleh lingkungan sekitar. Selain itu mahasiswa juga memiliki motif bergaya hidup mewah dan hasrat kemewahan, namun motif ini dominan ada pada beberapa mahasiswa khususnya mahasiswa perempuan. Ener dan Hazer (2018:20) menjelaskan bahwa perempuan dalam berkonsumsi mementingkan kebermanfaatn dalam peningkatan diri terutama dengan barang mewah atau bermerek. Seseorang membeli produk, kategori produk, dan merk berdasarkan perspektif nilai dari masing-masing individu ([Dixit, 2021](#)).

Motif atau keinginan remaja khususnya mahasiswa perempuan dalam menggunakan barang mewah adalah terfokus pada produk fashion. ([Pujiastuti et al., 2022](#)) mengatakan pada umumnya mahasiswa telah diberi kepercayaan dan tanggung jawab dalam mengelola keuangannya sendiri, sehingga mereka merasa bebas menggunakan uang yang dimiliki tanpa pengawasan langsung dari orang tua. Seperti yang dikatakan [Iskandar & Rahmayanti, \(2018\)](#) masa sekarang ini kita semakin dimanjakan dalam hal pemenuhan kebutuhan hidup, sehingga mengarah pada tindakan konsumsi yang berlebihan atau disebut dengan gaya hidup konsumtif. Motif tersebut dominan dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya, yaitu teman di pergaulan. Dengan demikian, seseorang membeli produk yang dilihat sebagai pemberian status sosial oleh orang-orang penting disekitar mereka ([Eastman et al., 2015](#))

Selain penggunaan barang-barang mewah, hasrat dan gaya hidup mewah mahasiswa juga terlihat dari keinginannya untuk mengunjungi tempat terkenal seperti café. Sejalan dengan hal tersebut [Utami, \(2021\)](#) mengatakan bahwa selain fashion mahasiswa juga sering menghabiskan waktu di malam hari dengan pergi ke mall untuk jalan-jalan, belanja, nonton bioskop, berkumpul di café, dan tempat nongkrong

sebagai potret mahasiswa modern. Café disebutkan sebagai ruang sosial yang dijadikan seseorang sebagai tempat ketiga, bukan rumah atau tempat kerja, dimana orang berkumpul secara sukarela dan informal (Jafari et al., 2013)

Selain karena untuk memenuhi keinginan, hal tersebut dilakukan untuk di pamerkan dimedia social. Ini berarti penting bagi seseorang dimana gaya hidup untuk menyoroti bagaimana mereka berkontribusi pada kondisi perkembangan zaman berdasarkan tren gaya hidup (Ratten, 2020). Sejalan dengan hal tersebut, Risnawati et al., (2018) mengungkapkan bahwa kegiatan konsumsi yang dilakukan mahasiswa ini mencerminkan perilaku konsumtif masyarakat modern. Namun jika dikaji lebih dalam, pembelian produk-produk mewah yang dilakukan mahasiswa tidak mengganggu anggaran yang dimiliki untuk memenuhi kebutuhan pokok. Hal tersebut disebabkan karena mahasiswa memiliki orientasi masa depan.

Adanya orientasi pada masa depan tersebut membuat mahasiswa melakukan pembelian barang-barang mewah melalui banyak pertimbangan, salah satunya adalah pertimbangan apakah barang tersebut benar dibutuhkan dan juga kebermanfaatannya. Selain adanya orientasi pada masa depan, mahasiswa juga telah memahami serta menerapkan prinsip ekonomi dalam konsumsinya. Oleh karena itu pentingnya untuk memahami perubahan gaya hidup dalam mendukung kegiatan konsumsi dengan bijak (Apergis & Li, 2016). Salah satu contohnya ditunjukkan dengan pembelian produk dengan harga terendah, tentunya untuk mendapatkan harga yang paling murah tersebut mahasiswa melakukan perbandingan harga di berbagai tempat dan mencari diskon harga yang paling besar.

4. Kesimpulan

Gaya hidup mahasiswa sebagai seorang remaja di Kota Samarinda masih berada pada kategori yang wajar, artinya mahasiswa tidak hanya berfokus pada keinginan semata tetapi

juga mempertimbangkan mana yang menjadi kebutuhan dan mana keinginan yang bisa ditunda. Mahasiswa di kota Samarinda sebagian besar suka berbelanja, suka bergaul dan juga suka untuk berlibur, tetapi mahasiswa juga memiliki motif berkonsumsi pada pembelian produk bermanfaat. Hal tersebut ditunjukkan oleh gaya hidup mahasiswa yang berorientasi pada pemenuhan kebutuhan untuk menunjang pendidikan, mulai dari pembelian kuota yang ditujukan untuk kuliah online, pembelian buku, menabung untuk membeli laptop dan juga nongkrong di café tapi untuk mengerjakan tugas.

Selain dari dalam diri, mahasiswa juga tidak mudah terpengaruh pada gaya hidup kelompok referensi disekitarnya, hal ini dikarenakan mahasiswa merasa gaya hidup yang dimiliki kelompok referensi berbeda dengan dengan apa yang diminati. Gaya hidup mahasiswa lebih berorientasi pada masa depan, sehingga membuat mahasiswa dalam bertindak memiliki banyak pertimbangan termasuk pada perilaku konsumsinya.

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran terkait perilaku konsumsi dan gaya hidup mahasiswa di Samarinda saat ini, sehingga mahasiswa pada usia remaja mampu untuk memilah gaya hidup seperti apa yang akan diikuti. Bagi peneliti selanjutnya dapat dijadikan bahan kajian dan dapat meneliti lebih lanjut terkait factor-faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang.

5. Daftar Pustaka

- Adiputra, R., & Moningga, C. (2012). *Gambaran Perilaku Konsumtif Terhadap Sepatu Pada Perempuan Dewasa Awal*. Vol 5 No. 2 <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30813/psibernetika.v5i2.536>
- Agrawal, R., & Gupta, S. (2018). Consuming Responsibly: Exploring Environmentally Responsible Consumption Behaviors. *Journal of Global Marketing*, 31(4), 231–245.

- <https://doi.org/10.1080/08911762.2017.1415402>
- Amaliya, L., Setiaji, K., Pd, S., Pd, M., & Artikel, S. (2017). *Economic Education Analysis Journal Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya Dan Status Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Semarang) Info Artikel Abstrak.*
<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>
- Anggraini, R. T., Fauzan, & Santhoso, H. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gadjah Mada Journal Of Psychology*, 3(3), 131–140.
<https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>
- Apergis, N., & Li, J. (2016). Population and lifestyle trend changes in China: implications for environmental quality. *Applied Economics*, 48(54), 5246–5256.
<https://doi.org/10.1080/00036846.2016.1173184>
- Bernardo J, C. (2020). Personality and Consumer Behavior/Lifestyle Analysis. *The Wiley Encyclopedia of Personality and Individual Differences*, 581–586.
<https://doi.org/10.1002/9781119547181.ch361>
- Dhaliwal, A., Singh, D. P., & Paul, J. (2020a). The consumer behavior of luxury goods: a review and research agenda. *Journal of Strategic Marketing*.
<https://doi.org/10.1080/0965254X.2020.1758198>
- Dhaliwal, A., Singh, D. P., & Paul, J. (2020b). The consumer behavior of luxury goods: a review and research agenda. *Journal of Strategic Marketing*.
<https://doi.org/10.1080/0965254X.2020.1758198>
- Dixit, S. K. (2021). Tourist Consumption Behavior: An Unsolved Puzzle. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 22(5), 475–480.
<https://doi.org/10.1080/15256480.2021.1982104>
- Eastman, J. K., Goldsmith, R. E., & Flynn, L. R. (1999). Status Consumption in Consumer Behavior: Scale Development and Validation. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 7(3), 41–52.
<https://doi.org/10.1080/10696679.1999.11501839>
- Hornig, J. S., Su, C. S., & So, S. I. A. (2013). Segmenting Food Festival Visitors: Applying the Theory of Planned Behavior and Lifestyle. *Journal of Convention and Event Tourism*, 14(3), 193–216.
<https://doi.org/10.1080/15470148.2013.814038>
- Indrianawati, E., & Soesatyo, Y. (2015). Pengaruh Tingkat Pendapatan Dan Pengetahuan Ekonomi Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 3(1), 214–226.
<https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jepk.v3n2.p214-226>
- Iskandar, & Rahmayanti. (2018). Iskandar2018 sudah. *Jurnal Ilmu Manajemen & Bisnis*, 9, 93–104.
<https://doi.org/https://doi.org/10.17509/jimb.v9i2.19749>
- Jafari, A., Taheri, B., & vom Lehn, D. (2013). Cultural consumption, interactive sociality, and the museum. *Journal of Marketing Management*, 29(15–16), 1729–1752.
<https://doi.org/10.1080/0267257X.2013.811095>
- Judge, M., Warren-Myers, G., & Paladino, A. (2019). Using the theory of planned behaviour to predict intentions to purchase sustainable housing. *Journal of*

- Cleaner Production*, 215, 259–267.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.01.029>
- Ko, E., Lee, J.-H., Kim, A. J., & Burns, L. D. (2010). Moderating Effect of Lifestyle on Consumer Behavior of Loungewear with Korean Traditional Fashion Design Elements. *Journal of Global Academy of Marketing Science*, 20(1), 15–26.
<https://doi.org/10.1080/12297119.2010.9707340>
- Napitupulu, J. H., Ellyawati, N., & Astuti, R. F. (2021). 42589-Article Text-69997-1-10-20210901 (1). *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 9(3), 138–144.
<https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jupe.v9n3.p138-144>
- Nuriyanto, M. Z., Abidin, Z., Syahfiar, A., Firmansyah, F. A., Rianto, W. J. F., Prasetyono, I., Pahlevi, F. N., Ikhsan, F. A., & Kurnianto, F. A. (2018). Nuriyanto2019 sudah. *Jurnal Universitas Jember*, 2, 1–13.
<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/PGE/O/article/view/13774>
- Ozdamar Ertekin, Z., Sevil Oflac, B., & Serbetcioglu, C. (2020). Fashion consumption during economic crisis: Emerging practices and feelings of consumers. *Journal of Global Fashion Marketing*, 11(3), 270–288.
<https://doi.org/10.1080/20932685.2020.1754269>
- Pohan, M., & Annisa, A. (2021). Pengaruh Konsep Diri, Kelompok Teman Sebaya, Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Dimoderasi Literasi Keuangan. *Proceding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 402–419.
<https://doi.org/10.30596%2Fsnk.v2i1.8304>
- 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>
- Ratten, V. (2020). Cultural, lifestyle, and social entrepreneurship. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 1–8.
<https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1789933>
- Risnawati, Mintart, S. U., & Wardoyo, C. (2018). Risnawati2018 sudah. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 3, 430–436.
<http://journal.um.ac.id/index.php/jptpp/>
- Rofii, I., & Kumaat, Noortje. A. (2021). Analisis Gaya Hidup Mahasiswa Selama Pembelajaran Online di Masa Pandemi.
- Shao, A., & Li, H. (2021). How do utilitarian versus hedonic products influence choice preferences: Mediating effect of social comparison. *Psychology and Marketing*, 38(8), 1250–1261.
<https://doi.org/10.1002/mar.21520>
- Suyanto, B., Sugihartati, R., Hidayat, M., & Subiakto, H. (2019). Global vs. local: lifestyle and consumption behaviour among the urban middle class in East Java, Indonesia. *South East Asia Research*, 27(4), 398–417.
<https://doi.org/10.1080/0967828X.2019.1703557>
- Utami, N. N. (2021). utami2021 sudah. *Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 17, 138–144.
<http://jadbis.polinema.ac.id/index.php/adbis/article/download/127/118>
- 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/EKU>
- Windarani, N. A., Perguna, L. A., & Bustami, Abd. L. (2021). Membaca Rasionalitas Masyarakat Islam Aboge dalam Penggunaan Sikep Penglaris di Dusun Tumpangrejo Kabupaten Malang.

Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial, 5(1), 30–42.
<https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15654>

Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021).
Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87.
<https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>