



E-ISSN: [2655-0865](https://doi.org/10.38035/rrj.v7i1)

DOI: <https://doi.org/10.38035/rrj.v7i1>

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Hubungan Kontrol Diri dan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk *Fashion* Pada Mahasiswa Laki-Laki di Yogyakarta

Delonix Regia Pawestri¹, Annisa Warastri²

¹ Universitas Aisyiyah Yogyakarta, Indonesia, dlxregia94@gmail.com

² Universitas Aisyiyah Yogyakarta, Indonesia, annisawarastri@unisayogya.ac.id

Corresponding Author: dlxregia94@gmail.com¹

Abstract: *This study aims to analyze the relation of self-control and hedonistic lifestyle on the consumptive behavior of male students in Yogyakarta, with a specific focus on expenditures for fashion products. A quantitative approach was employed, involving 103 respondents. The findings reveal that students allocate up to 50% of their allowance to fashion, influenced by trends and advertisements, despite the majority exhibiting high levels of self-control. Regression analysis indicates that self-control negatively affects consumptive behavior, while hedonistic lifestyle positively influences it. The coefficient of determination (R^2) shows that 61.6% of the variation in consumptive behavior can be explained by these two variables. These results underscore the importance of self-control in managing expenditures and highlight the negative impact of a hedonistic lifestyle on consumptive behavior. This research is expected to provide deeper insights into the relationship between self-control, hedonistic lifestyle, and consumptive behavior among students, serving as a reference for more prudent financial management.*

Keyword: *Self-Control, Hedonistic Lifestyle, Consumptive Behavior, Male Students, Fashion Products*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan kontrol diri dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif mahasiswa laki-laki di Yogyakarta, dengan fokus khusus pada pengeluaran untuk produk *fashion*. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 103 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa menghabiskan hingga 50% dari uang saku mereka untuk *fashion*, dipengaruhi oleh tren dan iklan, meskipun mayoritas responden memiliki tingkat kontrol diri yang tinggi. Analisis regresi menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, sedangkan gaya hidup hedonis berpengaruh positif. Koefisien determinasi (R^2) mengindikasikan bahwa 61,6% variasi perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Temuan ini menegaskan pentingnya kontrol diri dalam mengelola pengeluaran dan dampak negatif dari gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai

hubungan antara kontrol diri, gaya hidup hedonis, dan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa, serta menjadi acuan bagi pengelolaan keuangan yang lebih bijak.

Kata Kunci: Kontrol Diri, Gaya Hidup Hedonis, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa Laki-Laki, Produk Fashion

PENDAHULUAN

Perkembangan industri *fashion* saat ini menciptakan berbagai produk yang berhasil menarik minat konsumen. Produk *fashion* merupakan produk kebutuhan setiap orang dan sangat banyak macamnya mulai dari pakaian, sepatu dan tas (Arsita, 2021). Sebagian masyarakat juga menganggap bahwa aksesoris seperti kacamata, ikat pinggang, jam tangan, bahkan telepon genggam sebagai produk *fashion* (Yahya, 2023). Model yang unik dan *up-to-date* seiring berkembangnya zaman membuat konsumen tidak melirik tag harga pada produk. Masyarakat menjadikan *fashion* sendiri diartikan sebagai sebuah bentuk pengaplikasian diri seseorang terhadap busana atau aksesoris yang dikenakan dan menjadi alat mengukur situasi sikap dan perasaan seseorang (Anom, 2021). Masyarakat juga mengidentikan bahwa *fashion* itu adalah pakaian atau busana, sebenarnya dikatakan *fashion* adalah segala sesuatu yang disebut dengan gaya, penampilan yang sedang tren dalam masyarakat.

Fashion telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat, khususnya di kalangan mahasiswa. Mahasiswa umumnya memiliki rentang usia 18 sampai 40 tahun atau dikategorikan kedalam kelompok dewasa awal. Pada fase kehidupan ini, individu menunjukkan karakteristik khusus yang ditandai dengan kepedulian mendalam terhadap penampilan, dimana mereka beranggapan bahwa penampilan itu penting bagi keberhasilan diseluruh bidang kehidupan, sehingga orang sering menghabiskan banyak waktu dan uang untuk pakaian dan perhiasan, selain itu, dewasa awal banyak memilih pakaian untuk menonjolkan segi-segi positif dan menutupi segi negatifnya (Hurlock, 2013). Matheas dan Khan (dalam Hurlock, 2013) juga menjelaskan bahwa individu dengan penampilan fisik yang menarik menjadi keuntungan dan digunakan untuk memperoleh sesuatu yang menyenangkan seperti diterima secara sosial, dianggap lebih positif, disukai banyak orang dan juga dianggap lebih bahagia serta mudah dalam menyesuaikan diri. Mahasiswa merupakan peserta didik di perguruan tinggi yang memiliki kebebasan berpakaian dalam mengikuti perkuliahan asalkan menjaga kesopanan dan rapi. Kebebasan ini menimbulkan rasa ketertarikan pada mahasiswa untuk mengikuti tren *fashion* dan gaya hidup terikini. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Sabrina, dalam Adiba dkk. (2023), mengikuti era *fashion* tidak hanya membantu mahasiswa membangun rasa percaya diri yang kuat, tetapi juga menjadi cara untuk memperlihatkan status sosial mereka di lingkungan kampus. Fenomena ini, seperti yang dijelaskan oleh Melinda (2022), menyebabkan banyak mahasiswa merasa perlu untuk menyesuaikan diri agar mendapat pengakuan dalam lingkungan sosialnya, sehingga mereka menjadi rentan terhadap pengaruh pergaulan. Perilaku pembelian model terbaru seperti ini secara sengaja ataupun tidak terencana secara terus menerus mengakibatkan mahasiswa berperilaku konsumtif (Ummah & Rahayu, 2020).

Perilaku konsumtif atau *consumptive behavior* adalah sebuah perilaku yang amat berlebihan dengan mementingkan keinginan dibandingkan dengan kebutuhannya (Sa'idah & Fitrayati, 2022). Tindakan konsumtif mampu dicerminkan melalui beberapa perilaku, seperti melakukan pembelian dikarenakan adanya kemasan menarik, potongan harga, hadiah, gengsi, model yang diiklankan, serta terdapat suatu persepsi produk yang mahal mampu memberikan peningkatan kepada rasa percaya diri, bahkan pembelian produk yang memiliki perbedaan merek (Khrishananto dalam Wirasukessa & Sanica, 2023).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Afriyana (2019) menyatakan bahwa fenomena perilaku konsumtif juga berdampak pada kalangan mahasiswa. Mahasiswa cenderung menghabiskan uang sakunya untuk bersenang-senang dan membeli barang yang kurang dibutuhkan, pengkonsumsian atau pembelian mereka ke hal-hal yang berbau *fashion*, dan kecanggihan teknologi. Hal ini dipengaruhi oleh gengsi, media iklan, pengaruh dari teman, melihat idolanya, kebanggaan tersendiri atas penampilan dan rasa percaya diri karena merek tertentu. Jenis kebutuhan yang semakin beragam saat ini menjadi faktor perubahan gaya hidup mahasiswa. Mahasiswa cenderung membuat mereka lupa bahwa kebutuhan pokok seharusnya menjadi prioritas dibandingkan dengan memuaskan keinginan mereka terhadap produk tertentu (Wirasukessa & Sanica, 2023).

Berdasarkan survei NielsenIQ, yang merupakan perusahaan advent internasional, mencatat jumlah konsumen belanja daring di Indonesia tahun 2020 sebanyak 17 juta orang dan meroket 88% mencapai 32 juta orang pada tahun 2021. Tak hanya itu, jumlah konsumen yang menunggu gratis ongkos kirim mencapai 80% dari total konsumen yang berbelanja pada masa hari belanja nasional (Uli, 2021). Survei lain yang dilakukan oleh Indikator Politik Indonesia 2022, yang diberi judul *Akses Media dan Perilaku Digital*, menunjukkan bahwa pakaian atau *fashion* menjadi produk yang paling sering dibeli oleh masyarakat Indonesia, mencapai sekitar 65,7 persen. Angka ini jauh lebih tinggi daripada persentase pembelian barang elektronik, yang hanya mencapai sekitar 24,5 persen dan menempatkannya sebagai yang terbanyak kedua (Raihan, 2022). Dari data tersebut dapat dilihat bahwa konsumsi seluruh masyarakat setiap tahunnya terus mengalami peningkatan terutama pada produk *fashion*. Tingginya angka konsumsi yang tidak terkontrol menyebabkan terjadinya pola hidup berperilaku konsumtif (Melinda dkk., 2022)

Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif dapat dibagi menjadi dua, Faktor eksternal melibatkan kebudayaan dan sosial, sementara faktor internal mencakup psikologis dan kepribadian (Kotler, 2018). Salah satu faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah gaya hidup, seperti yang diungkapkan oleh (Triyaningsih, 2011) yang menyatakan bahwa banyak orang cenderung melakukan konsumsi berlebihan karena ingin mengikuti tren gaya hidup.

Data hasil penelitian yang dilakukan oleh salah satu pusat perbelanjaan terbesar di dunia, Westfield, menunjukkan bahwa 41% laki-laki lebih memilih membeli barang yang bermerek dari desainer dengan harga mahal sedangkan perempuan hanya 40% yang membeli barang tersebut (Prasaty, dalam Riadhah & Rachmatan, 2016). Temuan lain dari penelitian (Yahya, dkk., 2023) ditemukan bahwa perilaku konsumtif cenderung lebih dominan pada mahasiswa berjenis kelamin laki-laki dimana tingkat penggunaan *e-commerce* dan literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan pada laki-laki. Hal ini sesuai dengan konteks lingkungan kampus yang kaya akan keberagaman budaya dan sosial dimana mahasiswa sekarang cenderung ingin selalu berpenampilan modis, glamor, mengikuti gaya hidup, dan mengikuti perkembangan teknologiyang semakin canggih, sehingga memberi gambaran bahwa para mahasiswa laki-laki telah masuk ke dalam perangkap daya konsumtif yang tinggi. Dalam artian bahwa perilaku membeli dipengaruhi oleh gaya hidup. Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan oleh (Thamrin & Saleh, 2021) yang menunjukkan bahwa dalam hipotesis penelitiannya terdapat hubungan positif antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif dengan kata lain gaya hidup pada mahasiswa mempengaruhi mereka untuk berperilaku konsumtif. Jika mempunyai gaya hidup hedonis, maka cenderung berperilaku konsumtif dalam menggunakan uangnya.

Menurut Suyanto (dalam Purnama, 2022), gaya hidup adalah cara seseorang menjalani kehidupan, mencakup kebiasaan, pandangan, serta respons terhadap kehidupan, termasuk perlengkapan hidup. Gaya hidup ini tercermin dalam kegiatan, minat, dan pandangan seseorang ketika berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Suciptaningsih (dalam Dewi dkk., 2021) menyatakan bahwa di antara lima wajah mahasiswa, 90%

diantaranya merupakan mahasiswa hedonis, yakni mahasiswa rekreatif yang berorientasi pada gaya hidup mewah untuk bersenang-senang. Nampaknya sisi rapuh mental generasi muda saat ini dan merupakan salah satu dampak negatif dari perubahan globalisasi yaitu berubahnya gaya hidup menjadi *hedonistic lifestyle* (Fatimah, dalam Dewi dkk., 2021).

Menurut Nadzir dan Ingarianti (2015), gaya hidup hedonis adalah pola aktivitas seseorang yang bertujuan untuk mencari kebahagiaan, sering menghabiskan waktu di luar rumah bersenang-senang dengan teman-temannya, gemar membeli barang-barang yang tidak diperlukan, dan selalu ingin menjadi pusat perhatian dalam lingkungannya. Gaya hidup hedonisme merupakan pandangan hidup yang mengutamakan kesenangan, mengejar materi duniawi, serta menggunakan uang untuk membeli barang mewah hanya sekedar untuk ajang pamer dan prestise yang dimiliki (Lukitasari, dalam Sa'idah & Fitriyati, 2022). Namun demikian, pemahaman terhadap gaya hidup tidak lagi terbatas pada satu gender saja. Seperti yang disoroti oleh Sinatrya, dkk. (2019) hasilnya adalah saat ini laki-laki sudah mengenal gaya hidup terkini sehingga tidak hanya perempuan, tetapi juga laki-laki juga membeli barang untuk mengikuti tren dan berperilaku konsumtif. Mereka tidak hanya membeli barang untuk kebutuhan fungsional, tetapi juga untuk mengikuti tren dan mengejar gaya hidup yang terkini.

Berdasarkan pengamatan peneliti bahwa mahasiswa laki-laki di Yogyakarta menunjukkan gaya penampilan baru yang sesuai dengan kepribadian mereka. Hal ini dapat dengan jelas dilihat melalui media sosial, serta di beberapa tempat populer seperti mal, kafe, tempat bermain golf, dan biliard atau tempat-tempat bergengsi lainnya, di mana mahasiswa terlihat mengenakan pakaian yang modis dan sesuai dengan tren terkini. Hal ini didukung hasil wawancara peneliti kepada 5 mahasiswa laki-laki di Yogyakarta menunjukkan bahwa mereka mengalokasikan lebih dari 50% dari uang sakunya untuk produk *fashion*. Subjek tidak mampu mengontrol diri ketika melihat barang yang menarik didepannya, berbelanja karena terpengaruh oleh lingkungannya, tergiur penawaran harga diskon, bahkan beberapa subjek mengatakan sebagai upaya untuk mengatasi stres. Subjek mengaggap konsep *fashion* sebagai dari identitas pribadi yang menambah kepercayaan diri mereka sehingga transaksi yang dilakukan tanpa pertimbangan rasional yang mendalam, mereka rela mengeluarkan uang dalam jumlah besar untuk membeli produk *fashion* baik melalui platform *online* maupun di mal yang semata-mata untuk memenuhi keinginan mereka daripada kebutuhan yang mendasar. Dampak dari keputusan ini adalah penyesalan karena ketidakcukupan kebutuhan pokok lainnya seperti transportasi, pangan, dan biaya lain-lain. Perilaku konsumtif ini termanifestasi sebagai dorongan keinginan yang sesuai dengan ketidakmampuan individu untuk mencapai kepuasan yang diharapkan tanpa memperhatikan kebutuhan primer (Wirasukessa & Sanica, 2023). Fakta lain yang ditemukan oleh peneliti bahwa keputusan pembelian subjek didorong oleh gaya hidup yang terus berkembang dan kerap beraktivitas diluar rumah untuk mencari kesenangan. Sesuai dengan pendapat Nadzir dan Ingarianti (2015) yang menyatakan bahwa pola hidup individu yang hanya menghabiskan waktu dengan tujuan untuk mencari kesenangan hidup, preferensi untuk harta benda, dan menjadi pusat perhatian merupakan identifikasi adanya gaya hidup yang mengarah ke hedonis. Nurazijah, dkk. (2023) menyatakan bahwa individu yang memiliki gaya hidup hedonis, maka perilaku konsumtif dalam diri individu tersebut akan meningkat. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara dengan subjek pada 22 Maret 2024:

"Uang saku saya perbulan dari orangtua 2 juta, kak. Kalau pengeluaran saya untuk *fashion* di tahun ini sudah 3,4 juta. Apalagi tren *fashion* cepat berkembang, kak saya memilih barang yang menarik, *up to date*, tetapi jarang orang punya."

Subjek lain mengatakan:

"Sepanjang 2024 ini saya telah menghabiskan kira-kira 50% uang saku saya untuk produk *fashion*. Biasanya saya terpengaruh sama *influencer*, apalagi sekarang tren fashion banyak yang lucu-lucu, saya pribadi merasa sulit menahan diri untuk tidak membeli ya

walaupun sebetulnya tidak butuh banget, kak. Saya sebagai orang yang memperhatikan *fashion* berbelanja bisa *nyenengin* diri saja sih, kak.”

Dalam menjalani gaya hidup, penting untuk mempertimbangkan pengeluaran dan kemampuan untuk mengalokasikan dana atau pendapatan dengan bijak, serta adanya kejelasan mengenai bagaimana angka-angka dalam pengalokasian pendapatan tersebut digunakan. Menurut Elizabeth (2006), pengelolaan keuangan yang sehat mengikuti prinsip 50/30/20, di mana 50% dialokasikan untuk kebutuhan pokok (Must-have), 30% untuk keinginan (Wants), dan 20% untuk tabungan. Dengan demikian, pengeluaran yang melebihi 50% oleh mahasiswa laki-laki tergolong sebagai konsumsi berlebihan, yang tidak sejalan dengan prinsip pengelolaan keuangan yang sehat. Hal ini diperkuat oleh Sukari, dkk. (2013), yakni perilaku konsumtif dilakukan oleh mayoritas mahasiswa diantaranya karena beberapa alasan, seperti terlalu memprioritaskan penampilan, keinginan untuk selalu mengikuti tren, kesulitan dalam mengelola keuangan, sulit mengontrol keinginan atau kebutuhan, serta dorongan untuk mencoba hal-hal baru karena memiliki ego yang tinggi. Dalam hal perilaku konsumtif, kemampuan untuk mengendalikan diri memainkan peran penting dalam mengarahkan dan mengelola pembelian seseorang. Seorang yang memiliki kontrol diri yang baik diharapkan mampu mengelola keuangan dengan baik, membelanjakan uang sesuai dengan kebutuhan, dan memiliki rasa percaya diri yang lebih besar terkait dengan penampilan mereka (Anggraini, 2019).

Faktor lain yang dapat menyebabkan timbulnya perilaku konsumtif adalah kontrol diri, yang merupakan kemampuan menahan dorongan diri yang mencangkup kesenangan jangka pendek, dengan demikian ada asumsi bahwa orang akan bertindak dengan cara yang egois dan berorientasi pada penghargaan atau nafsu (Banker, dkk., 2017). Penelitian Antonides (dalam Fuadi dan Supraba, 2023) memiliki kontrol diri sangatlah krusial dalam konteks pembelian karena tidak hanya mampu memotivasi individu untuk membuat keputusan finansial yang cerdas, tetapi juga bijak dalam mengatur perilaku belanja mereka sesuai dengan situasi yang ada. Individu yang mampu mengontrol diri cenderung tidak mudah tergoda oleh penawaran harga murah atau diskon, memiliki keyakinan diri yang kuat, serta mampu mengelola keuangan secara lebih efektif. Hal ini sesuai dengan temuan Fuadi dan Supraba (2023) bahwa kontrol diri memiliki hubungan yang negatif sangat signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. Artinya, semakin kuat kontrol diri seseorang, maka semakin lemah perilaku konsumtif yang mereka lakukan, dan sebaliknya.

Dari fenomena diatas, bahwa tak hanya mahasiswi tetapi mahasiswa laki-laki juga memiliki ciri-ciri konsumtif, dimana transaksi dilakukan hanya untuk memenuhi hasratnya saja. Mereka mencari barang-barang yang dapat mencerminkan identitas mereka di lingkungan sosial dan terus mengikuti tren, khususnya dengan memilih produk bermerek eksklusif dan terkenal untuk memenuhi gaya hidup mewah dan berperilaku konsumtif. Tanpa adanya kontrol diri yang baik, seseorang akan mudah terpengaruh perilaku konsumtif, terutama dalam pembelian produk *fashion*. Hal ini dapat berdampak buruk pada kesehatan keuangan, khususnya bagi mahasiswa laki-laki.

Hipotesis yang diajukan adalah hipotesis mayor dan hipotesis minor. Hipotesis mayor diajukan untuk melihat hubungan antara kontrol diri dan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif terhadap produk *fashion* secara simultan, khususnya pada mahasiswa laki laki. Hipotesis minor terbagi menjadi dua bagian. Pertama, terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dan perilaku konsumtif, yang berarti individu dengan kontrol diri yang tinggi cenderung memiliki perilaku konsumtif yang rendah, dan sebaliknya. Kedua, ada hubungan positif antara gaya hidup dan perilaku konsumtif. Semakin tinggi persepsi individu tentang gaya hidup, semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya, dan demikian pula sebaliknya.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional untuk mengidentifikasi hubungan antara dua atau lebih variabel. Desain penelitian menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Kriteria yang ditetapkan dalam penelitian ini meliputi: 1) Mahasiswa aktif, 2) Berjenis kelamin laki-laki, 3) Memperhatikan penampilan pribadi, 4) Sering berbelanja produk *fashion* (seperti pakaian, sepatu, tas, aksesoris seperti kacamata, ikat pinggang, jam tangan, bahkan telepon genggam). Dengan rumus Lemeshow, sampel minimal yang dibutuhkan adalah 96 responden, namun total responden yang terkumpul mencapai 103 untuk hasil yang representatif. Pengumpulan data dilakukan melalui *Google Forms* dengan menggunakan skala pengukuran psikologi. Penelitian berlangsung dari Maret hingga Oktober 2024 di Yogyakarta, menggunakan survei daring untuk memudahkan partisipasi responden. Dengan metodologi ini, diharapkan penelitian dapat memberikan kontribusi signifikan dalam memahami hubungan variabel yang diteliti.

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Perilaku Konsumtif, yang merujuk pada tindakan individu dalam membeli atau menggunakan produk secara berlebihan tanpa mempertimbangkan dengan bijak manfaat atau kegunaan barang tersebut. Pembelian ini biasanya didorong oleh keinginan pribadi, bukan oleh kebutuhan esensial, yang pada akhirnya dapat mengakibatkan pemborosan. Alat ukur PK diadopsi dari penelitian Kiftiyah L. M. (2022) dan mencakup aspek pembelian impulsif (membeli barang secara spontan karena dorongan sesaat), pemborosan (mengeluarkan uang tanpa kebutuhan yang jelas), dan pembelian tidak rasional (membeli tanpa pemikiran yang matang), dengan total 29 item.

Variabel bebas pertama (X1) adalah Kontrol Diri, yang didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk mengendalikan dorongan dan mengurangi dampak negatif dari keinginan sesaat, sehingga menciptakan keadaan yang lebih baik. Alat ukur kontrol diri diadopsi dari Aini (2016) dan terdiri dari aspek kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan kontrol keputusan, dengan total 28 item. Variabel bebas kedua (X2) adalah Gaya Hidup Hedonis, yang merupakan pola hidup yang fokus pada pencarian kebahagiaan, ditandai dengan kegiatan bersenang-senang dengan teman, pembelian barang-barang yang tidak diperlukan, serta dorongan untuk menjadi pusat perhatian. Alat ukur gaya hidup hedonis diadopsi dari Kiftiyah L. M. (2022) dan mencakup aspek minat, aktivitas, dan opini, dengan total 28 item. Skala-skalanya telah diuji coba untuk memastikan konsistensi, yang menghasilkan data reliabilitas sebagai berikut.

Uji coba instrumen melibatkan 50 orang responden dalam populasi. Uji validitas dan reliabilitas menggunakan teknik Alpha Cronbach pada masing-masing variabel dengan tujuan mengetahui tingkat konsistensi atau reliabel yang tinggi sebagai alat ukur dan analisisnya dilakukan menggunakan program *Statistical Product for Service Solutions (SPSS) 21.0 for Windows*. Pernyataan dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,60 (Ghozali, 2013). Variabel kontrol diri dari 23 item pernyataan menjadi 17 item valid dan 6 aitem dinyatakan gugur dalam skala kontrol diri yaitu aitem nomor 8, 9, 14, 18, 23, dan 27. Adapun variabel perilaku konsumtif dari 29 item pernyataan menjadi 21 item yang valid dengan 8 aitem gugur aitem nomor 1, 7, 11, 20, 21, 23, 26, dan 27. Dan adapun variabel gaya hidup hedonis dari 28 item pernyataan dan 17 aitem dinyatakan gugur, yaitu aitem nomor 3, 4, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 16, 17, 18, 21, 22, 24, 26, 27, dan 28 dengan total akhir menjadi 11 item yang valid.

Tabel 2. Uji Reliabilitas Instrumen

Skala	Cronbach's alpha	Keterangan
Perilaku Konsumtif	0,877	Reliabilitas tinggi
Kontrol Diri	0,921	Reliabilitas tinggi
Gaya Hidup Hedonis	0,881	Reliabilitas tinggi

Hasil uji reliabilitas yang tercantum dalam tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki tingkat reliabilitas yang baik, karena nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,06. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dianggap reliabel sebagai instrumen untuk mengukur variabel dalam penelitian ini.

Metode analisis data yang digunakan mencakup uji asumsi (normalitas, linieritas, dan multikolinearitas) serta uji hipotesis. Uji asumsi penting dilakukan karena menjadi dasar dalam menentukan penggunaan metode statistik yang akan diterapkan, baik parametris maupun non-parametris. Untuk uji hipotesis, digunakan uji regresi linier karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan kausal antara variabel bebas dan variabel terikat serta memprediksi seberapa besar perubahan nilai variabel dependen ketika variabel independen meningkat atau menurun. Seluruh analisis data dilakukan dengan bantuan aplikasi *Statistical Product and Service Solutions (SPSS)* versi 21.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UJI DESKRIPTIF

Analisis data diawali dengan informasi deskriptif mengenai kategorisasi. Hasil kategorisasi untuk variabel perilaku konsumtif, kontrol diri, dan gaya hidup dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Kategorisasi Variabel Kontrol Diri

Interval	Kategori	Subjek	
		Frekuensi	Persentase
$X < 29,75$	Sangat Rendah	3	2,9%
$29,75 < X < 38,25$	Rendah	16	15,5%
$38,25 < X < 46,75$	Sedang	33	32%
$46,75 < X < 55,25$	Tinggi	35	34%
$55,25 < X$	Sangat Tinggi	16	15,5%
Total		103	100%

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa tingkat kontrol diri pada 103 mahasiswa laki-laki di Yogyakarta bervariasi. Sebanyak 3 (2,9%) mahasiswa tergolong memiliki tingkat kontrol diri yang sangat rendah, sementara 16 (15,5%) mahasiswa berada pada kategori rendah. Sebagian besar subjek, yaitu 33 (32%) mahasiswa, masuk dalam kategori sedang. Kemudian, 35 (34%) tergolong memiliki kontrol diri yang tinggi, dan 16 (15,5%) lainnya menunjukkan tingkat kontrol diri yang sangat tinggi.

Tabel 4. Kategorisasi Variabel Gaya Hidup Hedonis

Interval	Kategori	Subjek	
		Frekuensi	Persentase
$X < 19,25$	Sangat Rendah	8	7,89%
$19,5 < X < 24,75$	Rendah	22	21,4%
$25 < X < 30,25$	Sedang	23	22,3%
$30,5 < X < 35,75$	Tinggi	33	32%
$30 < X$	Sangat Tinggi	17	16,5%
Total		103	100%

Berdasarkan data pada tabel, dapat dilihat bahwa tingkat gaya hidup hedonis dalam perilaku konsumtif terhadap produk fashion di kalangan 103 mahasiswa laki-laki di Yogyakarta bervariasi. Sebanyak 8 (7,89%) mahasiswa memiliki tingkat gaya hidup hedonis yang sangat rendah, 22 (21,4%) mahasiswa berada pada kategori rendah, 23 (22,3%) mahasiswa dikategorikan sedang, 33 (32%) mahasiswa berada pada kategori tinggi, dan 17 (16,5%) mahasiswa menunjukkan tingkat gaya hidup hedonis yang sangat tinggi. Kategorisasi ini mengindikasikan bahwa mayoritas mahasiswa berada pada kategori sedang hingga tinggi, yang menunjukkan adanya kecenderungan perilaku konsumtif yang signifikan dalam kelompok ini.

Tabel 5. Kategorisasi Variabel Perilaku Konsumtif

Interval	Kategori	Subjek	
		Frekuensi	Persentase
$X < 29,75$	Sangat Rendah	16	15,5%
$29,75 < X < 38,25$	Rendah	41	39,8%
$38,25 < X < 46,75$	Sedang	33	32%
$46,75 < X < 55,25$	Tinggi	11	10,7%
$55,25 < X$	Sangat Tinggi	2	1,9%
Total		103	100%

Berdasarkan tabel di atas, dari 103 subjek mahasiswa laki-laki di Yogyakarta, distribusi tingkat perilaku konsumtif terhadap produk fashion menunjukkan variasi. Sebanyak 16 (15,5%) mahasiswa termasuk dalam kategori sangat rendah, 41 (39,8%) mahasiswa berada pada kategori rendah, sementara 33 (32%) mahasiswa berada pada kategori sedang. Selain itu, 11 (10,7%) mahasiswa tercatat memiliki perilaku konsumtif yang tinggi, dan 2 (1,9%) mahasiswa termasuk dalam kategori sangat tinggi. Hasil ini mencerminkan distribusi perilaku konsumtif yang lebih terkonsentrasi pada kategori rendah hingga sedang.

Berdasarkan kategori di atas, kontrol diri mayoritas mahasiswa laki-laki berada pada kategori tinggi dengan persentase 34%, yang menunjukkan kemampuan mereka dalam mengelola dorongan konsumtif. Hal ini dapat dikaitkan dengan faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kemampuan seseorang dalam mengontrol diri. Faktor internal, seperti jenis kelamin. Dalam penelitian Johnson & Wisman (dalam Massar, dkk., 2022) bahwa pengendalian diri laki-laki secara signifikan lebih tinggi dalam kemampuan mengontrol pikiran mereka dibandingkan Perempuan. Sejalan dengan temuan Dittmar, dkk. (1995), bahwa pria cenderung melakukan pembelian impulsif terhadap produk barang-barang yang bersifat fungsional dan terkait dengan aktivitas, bukan berdasarkan simbolis dan ekspresif, ataupun yang berkaitan dengan penampilan dan aspek emosional diri mereka. Selain itu, faktor internal lainnya adalah usia, di mana semakin bertambahnya usia seseorang, semakin banyak pengalaman yang mereka peroleh, yang pada akhirnya memengaruhi kemampuan pengendalian diri. Sementara itu, faktor eksternal, seperti lingkungan, juga berpengaruh terhadap kemampuan seseorang dalam menjaga kontrol diri. Misalnya, jika diterapkan di rumah, lingkungan tersebut akan memengaruhi sejauh mana seseorang dapat mempertahankan pengendalian diri (Anggraini, 2019).

Pada variabel gaya hidup hedonis mahasiswa tergolong tinggi dengan presentase 32%. Faktor internal dan eksternal yang memengaruhi mahasiswa dalam menganut gaya hidup hedonis yakni terdorong untuk selalu mengikuti tren terkini, pengaruh dari lingkungan atau teman sebaya, serta kebutuhan untuk memenuhi keinginan demi mendukung status sosial. Compton (dalam Naimah & Tanireja, 2017) menyatakan bahwa setiap individu memiliki cara yang berbeda untuk mencapai kebahagiaan sesuai dengan budayanya. Sementara itu, faktor eksternal seringkali berhubungan dengan pengaruh lingkungan sosial, seperti teman sebaya dan norma-norma masyarakat. Teman sebaya yang memiliki gaya hidup hedonis dapat mendorong individu untuk mengikuti perilaku konsumtif dan mengejar kesenangan, sedangkan lingkungan yang permisif dapat memperkuat perilaku tersebut.

Dalam penelitian ini, meskipun kriteria awal responden mengindikasikan bahwa mereka menyukai aktivitas berbelanja, hasil menunjukkan bahwa tingkat perilaku konsumtif produk *fashion* pada mahasiswa laki-laki di Yogyakarta tergolong rendah dengan presentase 39,8%. Artinya, konsumsi mereka dalam mengalokasikan uang mereka untuk membeli produk *fashion* tergolong rendah. Mahasiswa laki-laki yang menganut gaya hidup hedonis cenderung mengalokasikan waktu dan uang mereka untuk kesenangan dan kepuasan materi, seperti membeli produk fashion, yang dianggap sebagai tujuan utama dalam hidup mereka. Namun, faktor lain seperti kontrol diri yang baik bisa berperan penting dalam menaha diri dari dorongan konsumtif maupun gaya hidup hedonis, meskipun mereka menikmati aktivitas tersebut. Selain itu, mungkin ada faktor nilai pribadi atau latar belakang ekonomi yang

memoderasi hubungan ini, di mana responden tetap memilih untuk berbelanja dengan bijak, mempertimbangkan kebutuhan esensial. Hal ini sesuai dengan teori bahwa perilaku konsumtif tidak hanya dipengaruhi oleh preferensi, tetapi juga oleh faktor kontrol diri dan konteks sosial yang lebih luas (Indryjati, 2018).

Berdasarkan data diatas, diketahui bahwa, mahasiswa laki-laki di Yogyakarta mayoritas memiliki kontrol diri yang tinggi sehingga sering kali dapat menunda kepuasan atau kesenangan, yang membantu mereka mengurangi konsumsi hedonis mereka dalam berbelanja produk *fashion*. Namun tidak sedikit dari mereka juga memilih gaya hidup hedonis, bermewah-mewahan, memperhatikan merek, dan cenderung selektif dalam berbelanja produk *fashion*. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui beberapa faktor. Pertama, gaya hidup hedonis tidak selalu direalisasikan dalam bentuk konsumsi yang berlebihan. Responden mungkin memiliki preferensi dan minat besar terhadap produk *fashion*, tetapi mereka tidak selalu merealisasikan keinginan tersebut menjadi tindakan konsumtif, mungkin karena faktor seperti keterbatasan finansial atau prioritas kebutuhan lain yang lebih penting. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, mahasiswa laki-laki di Yogyakarta memiliki kontrol diri tinggi, gaya hidup hedonis tinggi, dan perilaku konsumtif cenderung rendah.

UJI ASUMSI

Uji asumsi terhadap ketiga variabel dilakukan sebelum analisis regresi, pada penelitian ini dilakukan tiga tahap uji asumsi yaitu uji normalitas, uji linieritas dan uji multikolinearitas, adalah sebagai berikut :

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas bertujuan untuk memeriksa apakah distribusi data dalam suatu kelompok atau variabel mengikuti pola distribusi normal atau tidak. Berikut merupakan ringkasan hasil uji normalitas:

Tabel 6. Uji Normalitas

Variabel	Sig (p)	Keterangan
Kontrol diri	0,876	Terdistribusi Normal
Gaya Hidup Hedonis	0,142	Terdistribusi Normal
Perilaku Konsumtif	0,892	Terdistribusi Normal

Berdasarkan uji normalitas memperoleh nilai Monte Carlo sig. (2-tailed) variabel kontrol diri sebesar 0,876, perilaku konsumtif sebesar 0,892, serta variabel gaya hidup hedonis sebesar 0,142, maka memiliki simpulan bahwa data residual dalam model regresi ini berdistribusi normal karena memiliki Monte Carlo sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05.

2. Uji Linieritas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas dan variabel terikat memiliki hubungan linier atau tidak. Berikut hasil uji linieritas pada penelitian ini:

Tabel 7. Uji Linieritas

Variabel	Deviation from Linearity		Keterangan
	F	Sig (p)	
Kontrol diri – Perilaku Konsumtif	0,698	0,878	Linear
Gaya Hidup Hedonis – Perilaku Konsumtif	0,796	0,769	Linear

Berdasarkan tabel ringkasan hasil uji linearitas diatas, dapat diketahui bahwa variabel kontrol diri dan perilaku konsumtif memiliki nilai *sig.deviation from linearity* sebesar 0,878. Sedangkan variabel gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif nilai *sig.deviation from linearity* sebesar 0,769. Hal tersebut menunjukkan bahwa data yang diperoleh dari variabel tersebut linear.

3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk memeriksa apakah terdapat hubungan yang kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak mengalami gejala multikolinieritas. Berikut ringkasan hasil uji multikolinieritas:

Tabel 8. Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kontrol diri – Perilaku Konsumtif	0,556	1.798	Tidak terjadi multikolinieritas
Gaya Hidup Hedonis – Perilaku Konsumtif	0,556	1.798	Tidak terjadi multikolinieritas

Berdasarkan hasil diatas, menunjukkan bahwa kontrol diri dan gaya hidup hedonis memiliki nilai tolerance > 0,1 yakni sebesar 0,556 dan nilai VIF sebesar 1.798 atau <10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antara variabel gaya hidup hedonis dan variabel kontrol diri dengan variabel perilaku konsumtif. Jika dalam model regresi tidak terjadi multikolinieritas, maka terdapat korelasi yang kuat antara variabel bebas dan variabel terikat.

UJI HIPOTESIS

Teknik yang diterapkan dalam pengujian hipotesis ini adalah regresi linier. Perhitungan koefisien regresi linier berganda dilakukan dengan analisis regresi melalui *software* SPSS 21 for windows, Analisis regresi linier berganda digunakan untuk memecahkan rumusan masalah yang ada, yaitu untuk melihat hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Uji Hipotesis pada penelitian ini menggunakan Uji T, Uji F, uji R dan sumbangsih efektif.

1. Uji T

Uji T dalam regresi linier berganda digunakan untuk menguji signifikansi koefisien regresi individual dari masing-masing variabel independen dalam model. Hasil yang signifikan diperoleh ketika hasil t hitung > t tabel atau -t hitung < -t tabel. Berikut hasil uji t pada penelitian ini :

Tabel 9. Uji T

Variabel	Koefisien Regresi (B)	T	Sig. (p)	Keterangan
Perilaku Konsumtif	60,732	7,800	0,000	Signifikan
Kontrol diri	-0,629	-6,258	0,000	
Gaya Hidup Hedonis	0,530	4,034	0,000	

$$Y = 60,732 + 0,530 + (-0,629) = 60,633$$

Dari Persamaan regresi linier berganda diatas dapat di uraikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu:

- 1) Nilai konstanta sebesar 60,732 artinya mengasumsi apabila ketidakadaan kontrol diri dan gaya hidup hedonis, maka besarnya nilai perilaku konsumtif berpengaruh.
- 2) Nilai koefisien regresi untuk variabel kontrol diri sebesar -0,629 bernilai negatif dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dan nilai t -6,258 < t tabel (-1,987) yang berarti bahwa variabel kontrol diri berpengaruh negatif terhadap Perilaku konsumtif atau hipotesis diterima. Artinya apabila kontrol diri mengalami peningkatan, maka perilaku konsumtif cenderung mengalami penurunan.
- 3) Nilai koefisien regresi untuk variabel gaya hidup hedonis sebesar 0,530 bernilai positif dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dan nilai t 4,034 > t tabel (1,987) yang berarti bahwa variabel gaya hidup hedonis berpengaruh positif terhadap Perilaku

konsumtif atau hipotesis diterima. Artinya apabila gaya hidup hedonis mengalami peningkatan, maka perilaku konsumtif cenderung mengalami peningkatan.

2. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menentukan apakah variabel-variabel independen secara keseluruhan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, adalah sebagai berikut:

Tabel 10. Uji F

Model	F	Sig.	Keterangan
Regression	80,048	0,000	Signifikan

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa hipotesis diterima, yang mengindikasikan adanya hubungan signifikan antara kontrol diri dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. Hal ini dibuktikan dengan nilai (F) = 80,048 dan nilai signifikansi 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. Artinya kontrol diri dan gaya hidup hedonis mempunyai hubungan yang signifikan dengan perilaku konsumtif terhadap produk fashion pada mahasiswa laki-laki di Yogyakarta.

3. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (R²) dalam analisis regresi berganda mengukur proporsi varians dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Nilai R² berkisar antara 0 hingga 1. Semakin tinggi nilai R², semakin baik model dalam menjelaskan varians variabel dependen. Adapun hasil pengujian korelasi (R) dapat dilihat pada tabel 3 hasil uji korelasi ganda

Tabel 11. Uji R²

Variabel	R	Sig (p)	Keterangan
Kontrol diri – gaya hidup hedonis – Perilaku Konsumtif	0,616	0,000	Signifikan

Berdasarkan tabel diatas, koefisien regresi R sebesar 0,616 ($P < 0,01$), berarti model dapat menjelaskan 61,6% variasi dalam variabel dependen, hal ini menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara gaya hidup hedonis dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa laki-laki di Yogyakarta.

Penelitian ini melanjutkan dan melengkapi temuan Kiftiyah (2022), yang meneliti subjek mahasiswi. Sementara itu, penelitian ini berfokus pada mahasiswa laki-laki, yang diketahui memiliki tingkat kontrol diri yang lebih tinggi. Dengan demikian, mereka mampu menahan dorongan untuk berperilaku konsumtif, terutama dalam hal berbelanja produk fashion, meskipun mereka juga menjalani gaya hidup hedonis yang tinggi. Hal ini di dukung oleh penelitian Afdal (2020) yang menyatakan bahwa kemampuan mengatur perilaku berkaitan dengan kemampuan individu dalam menentukan siapa yang mengendalikan situasi, di mana individu dengan self-control yang tinggi mampu mengarahkan dan mengatur perilakunya, tidak mudah tergoda oleh perubahan, serta dapat menghindari perilaku menyimpang.

Sesuai hasil penelitian Mulyawan, dkk. (2022) yang menunjukkan bahwa kontrol diri dan gaya hidup hedonis memiliki hubungan kuat yang signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. Dewasa awal masih mampu mengendalikan diri dengan cara tidak terlalu hedonis dan konsumtif, menghindari pembelian impulsif, serta menahan diri untuk tidak membeli produk fashion yang hanya memberikan kesenangan sementara dan memenuhi keinginan mereka. Hal ini disebabkan karena adanya pengaruh antara ketiga variabel tersebut. Di sisi lain, mahasiswa yang tergolong dewasa awal ini memiliki kapasitas untuk menunda kepuasan atau kesenangan diri mereka agar tidak membeli atau menghabiskan uang untuk merealisasikan konsumsi mereka kearah hedonis.

Hipotesis berikutnya yang diuji adalah hipotesis minor, dengan hasil seperti terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel 12. Hasil Hipotesis Minor

Variabel	r	Sig (p)	Keterangan
Kontrol diri – Perilaku Konsumtif	-0,744	0,000	Signifikan
gaya hidup hedonis – Perilaku Konsumtif	0,682	0,000	Signifikan

Dalam tabel di atas, hipotesis minor pertama menunjukkan hasil uji dengan koefisien korelasi -0,744 dan nilai sig = 0,000 < 0,05, yang mengindikasikan adanya hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif. Hasil penelitian lain oleh Fitriani (2016) yang membahas hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif menggunakan analisis product moment menunjukkan nilai koefisien korelasi (r_{xy}) sebesar -0,599 dengan signifikansi 0,000 (p < 0,01), artinya terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif terhadap produk fashion. Sejalan dengan hasil penelitian Fuadi dan Supraba (2023) bahwa kontrol diri memiliki pengaruh sebesar 47% terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa, maka kesimpulannya bahwa semakin kuat kontrol diri seseorang, maka semakin lemah perilaku konsumtif yang mereka lakukan. Penelitian ini memperdalam penelitian dari Indryjati (2018) yang menyatakan bahwa peran kontrol diri yang tinggi dalam masa perkuliahan sangat berkaitan dengan mencegah adanya perilaku konsumtif. Individu yang memiliki *self control* tinggi akan disiplin dalam mengerjakan tugas maupun pekerjaan, mempunyai tolak ukur atau penilaian terhadap dirinya sendiri, tidak mudah kehilangan kendali diri, serta tidak mudah emosi, frustrasi dan melakukan pembelian yang terus menerus atau berperilaku konsumtif. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Kotler (2018) yang menyatakan bahwa kontrol diri adalah salah satu faktor yang berpengaruh terhadap pembentukan perilaku konsumtif.

Sementara itu, hipotesis minor kedua juga terbukti dengan koefisien korelasi 0,612 dan nilai sig = 0,000 < 0,05, yang menunjukkan adanya hubungan positif yang sangat signifikan antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif. Sejalan dengan studi Amalina dan Warastri (2023) bahwa hasil R= 0,614 (p<0,5) sebesar 0,000, artinya terdapat hubungan positif dan signifikan antara gaya hidup hedonisme dengan perilaku konsumtif. Penelitian ini memperkuat studi yang dilakukan oleh Mustika, dkk. (2023) bahwa motivasi belanja hedonis memiliki pengaruh terhadap pembelian impulsif produk fashion. Namun, temuan ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurazijah, dkk. (2023), yang juga menyatakan bahwa gaya hidup hedonis cenderung meningkatkan perilaku konsumtif.

Selanjutnya, menentukan sumbangan relatif untuk mengetahui besarnya sumbangan masing-masing tiap variabel bebas atau prediktor terhadap prediksi. Adapun hasil sumbangan relatif pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 13. Tabel Sumbangsih Efektif

Komponen Variabel	Sub. Efektif Komponen
Kontrol diri (X1)	49,4%
Gaya Hidup Hedonis (X2)	29,2%
Total	78,6%

Berdasarkan tabel diatas, kontrol diri dan gaya hidup hedonis berkontribusi sebesar 78,6% terhadap perilaku konsumtif, sementara 21,4% sisanya berasal dari variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Faktor budaya, sosial, dan individu merupakan elemen tambahan yang berdampak pada perilaku konsumtif mahasiswa (Fitriani, 2016). Jika dilihat dari masing-masing variabel independen, kontribusi efektif kontrol diri terhadap perilaku konsumtif adalah 49,4%, sedangkan kontribusi efektif gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif mencapai 29,2%. Ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel kontrol diri lebih

besar dibandingkan dengan gaya hidup hedonis sehingga nilai perilaku konsumtif mahasiswa tergolong rendah karena variabel kontrol diri mendominasi mahasiswa laki-laki di Yogyakarta dalam mengambil keputusan berbelanja produk *fashion*. Berdasarkan beberapa pernyataan di atas, penting bagi individu untuk memiliki kontrol diri dalam mengendalikan perilaku konsumtif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontrol diri memiliki hubungan negatif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat kontrol diri seseorang, semakin rendah kecenderungan untuk berperilaku konsumtif. Kontrol diri berperan penting dalam membatasi dorongan untuk membeli barang yang tidak diperlukan dan dalam mengelola pengeluaran secara lebih bijak. Hasil ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa individu dengan kontrol diri yang baik cenderung tidak mudah terpengaruh oleh faktor-faktor eksternal seperti iklan, diskon, atau tren terbaru dalam berbelanja. Sebaliknya, gaya hidup hedonis memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Mahasiswa yang mengadopsi gaya hidup hedonis lebih cenderung berbelanja secara impulsif, terpengaruh oleh keinginan untuk selalu tampil modis dan mengikuti tren terkini. Gaya hidup hedonis ditandai oleh fokus pada kebahagiaan jangka pendek, mengejar kesenangan, dan sering kali menghabiskan uang untuk barang-barang yang tidak esensial, seperti produk *fashion*. Temuan ini mendukung teori yang menyatakan bahwa individu dengan gaya hidup hedonis lebih rentan terhadap pengaruh konsumsi berlebihan.

Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa meskipun sebagian besar subjek penelitian menunjukkan kontrol diri yang tinggi, mereka tetap rentan terhadap perilaku konsumtif ketika dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan tren. Temuan ini menyoroti pentingnya peran lingkungan sosial, terutama teman sebaya, dalam membentuk gaya hidup dan perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa laki-laki, meskipun umumnya memiliki kontrol diri yang lebih baik dibandingkan perempuan, tetap terpengaruh oleh dorongan untuk mengikuti tren *fashion* sebagai bentuk identitas sosial mereka.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk memahami hubungan antara kontrol diri, gaya hidup hedonis, dan perilaku konsumtif terhadap produk *fashion* pada mahasiswa laki-laki di Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian yang melibatkan 103 responden, didapatkan beberapa temuan penting terkait variabel-variabel tersebut. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada hubungan signifikan antara kontrol diri dan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif terhadap produk *fashion* pada mahasiswa laki-laki di Yogyakarta.
2. Ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk *fashion* pada mahasiswa laki-laki di Yogyakarta yang artinya semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif produk *fashion*, dan sebaliknya semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif produk *fashion*.
3. Ada hubungan positif yang sangat signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif terhadap produk *fashion* pada mahasiswa laki-laki di Yogyakarta yang artinya semakin tinggi gaya hidup hedonis maka semakin tinggi perilaku konsumtif produk *fashion*, dan sebaliknya semakin rendah kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif produk *fashion*.
4. Tingkat kontrol diri pada mahasiswa laki-laki di Yogyakarta termasuk dalam kategori tinggi, Tingkat gaya hidup hedonis pada mahasiswa laki-laki di Yogyakarta termasuk dalam kategori tinggi, dan tingkat perilaku konsumtif terhadap produk *fashion* pada mahasiswa laki-laki di Yogyakarta termasuk dalam katgori rendah.
5. Peranan atau sumbangan efektif kontrol diri terhadap perilaku konsumtif adalah 49,4%, dan sumbangan efektif gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif mencapai 29,2%.

Sementara 21,4% sisanya berasal dari variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, yaitu variabel yang berasal dari faktor budaya, sosial dan pribadi.

REFERENSI

- Adiba, R., Cahyani, D., Ranjanu, N., & Pramesti, S. (2023). Analisis Perilaku Konsumtif Produk *Fashion* pada Mahasiswa UNNES sebagai Dampak Perkembangan *Online Shop*. *Jurnal Potensial*, Vol. 2 No. 2, Hal. 184-191.
- Afriyana, I. (2019). Latar Belakang Gaya Hidup Konsumtif di Kalangan Mahasiswa Perantauan (Studi Kasus Mahasiswa Fisip Universitas Mulawarman). *eJournal Sosiatri-Sosiologi 2019*, 7 (2), 180-194. ISSN 0000-0000, ejournal.sos.fisip-unmul.ac.id.
- Agung, D. F., Alizamar, A., & Afdal, A. (2020). The Self Control of Student in using of Social Media. *Jurnal Aplikasi IPTEK Indonesia*, 4(1), 53-58.
- Anggraini R. T., Santhoso F. H. (2017). "Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja." *Gadjah Mada Journal Of Psychology*. Vol. 3, No. 3, 2017: 131-140 ISSN: 2407-7798.
- Anggraini, I. (2019). *Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping Pada Wanita Usia Dewasa Awal*. Universitas Negeri Jakarta.
- Annafilla A. Zuhroh L. (2022). Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif online shopping bagi mahasiswa. *Psikodinamika: Jurnal Literasi Psikologi*. Volume 2, No. 1, 020
- Anom, A. A. Ngr. Mayun K. Tenaya. (2021). Hegemoni *Fashion* Barat Pada Busana Bangsawan di Bali Utara (1800-1940). *MUDRA: Jurnal Seni Budaya*, Volume 36, Nomor 2, p. 245–253.
- Arsita, N., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Trend *Fashion* Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Produk *Fashion* Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*, Vol. 07, No. 02, 2021.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2015). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Banker, S., Ainsworth, S. E., Baumeister, R. F., Ariely, D., & Vohs, K. D. (2017). The Sticky Anchor Hypothesis: Ego Depletion Increases Susceptibility to Situational Cues. *Journal of Behavioral Decision Making*, 30(5), 1027–1040. <https://doi.org/10.1002/bdm.2022>
- Dewi L. F., Nur'aini S., Kusumaningtyas N. (2021). Citra Diri Terhadap Kecenderungan Hedonistic Lifestyle Pada Mahasiswa. *Psycho Idea*. Volume 19 Nomer 01.
- Dittmar, H., Beattie, J., & Friese, S. (1995). Gender identity and material symbols: Objects and decision considerations in impulse purchases. *Journal of Economic Psychology*, 16(3), 491–511.
- Elizabeth W., Tyagi A. W. (2006). *All Your Worth: the Ultimate Lifetime Money Plan*. New York: Free Press
- Fitriani, N. A. (2016). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Produk *Fashion* Online Shopping Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta. [Universitas Muhammadiyah Surakarta]. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/43792>
- Fuadi M.R., Supraba D. Kontrol diri pada perilaku konsumtif remaja yang menggunakan fitur shopee pay later. *Journal of Indonesian Psychological Science*. Volume 3 No 2
- Ghufron, M Nur dan Risnawati, S Rini. (2010). Teori-Teori Psikologi. Yogyakarta: Ar-Ruz Media
- Kiftiyah L. M. (2022). Pengaruh Regulasi Diri Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Produk *Fashion* Pada Mahasiswi. Skripsi. *Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo Semarang*.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17e, global edition ed.). Pearson.
- Lina., & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku konsumtif berdasarkan locus of control pada 114 remaja putri. *Psikologika: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 2(4), 5-13
- Massar K., Býlostíková P., Sui X. (2022). It's the thought that counts: Trait self-control is positively associated with well-being and coping via thought control ability. *Current Psychology*. 41, 2372–2381. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-00746-9>
- Melinda, Lesawengen L., Waan F. J. (2022). "Perilaku Konsumtif dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja di Universitas Sam Ratulangi Manado." *JURNAL ILMIAH Society*. Vol.2 No. 1. ISSN: 2337 – 4004.
- Mulyawan N. R., Dartiningsih M. W., Mahayani A. M. N. (2022). Hubungan Antara Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan *Online Shopping* Pada Prodi Bimbingan Dan Konseling Universitas Pgri Mahadewa Indonesia Tahun 2022. *Jurnal Widyadari*. Vol. 23 No. 2. 317 – 328. 10.5281/zenodo.7189893
- Mustika, W., Kurniawati, M., & Permata Sari, M. (2022). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Kategori Produk Fashion Online Pada Marketplace. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 21(1), 141–151. <https://doi.org/10.31253/pe.v21i1.1796>
- Nabila, Warastri A. (2023). Hubungan Gaya Hidup Hedonisme dengan Perilaku Konsumtif dalam Pembelian *Skincare* pada mahasiswa Yogyakarta. *Naskah Publikasi*. Program studi Psikologi. *Fakultas Ekonomi, Ilmu Sosial, dan Humaniora*.
- Nadzir, M., & Ingarianti, T. M. (2015). "Psychology Meaning of money dengan Gaya hidup Hedonis Remaja di kota Malang." *Seminar Psychology & Kemanusiaan Psychology*, ISSN: 978-979-796-324-8.
- Nurazijah, M., Fitriani, S. L. N., & Rustini, T. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa. *Journal on Education*, 5(2), 2345–2352. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i2.890>
- Purnama E. (2022). "Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Stambuk 2019 Di Universitas Medan Area." Skripsi. Fakultas Psikologi. *UNIVERSITAS MEDAN AREA*.
- Putera. A. D. (2018). Jumlah Pembelian *Online* Indonesia Capai 11. 9 Persen dari Populasi. Retrived March 31, 2019. Kompas.com
- Raihan, H. (2022). *Pakaian Jadi Barang yang Paling Sering Dibeli Masyarakat Indonesia Ketika Belanja Online*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/pakaian-jadi-barang-yang-paling-sering-dibeli-masyarakat-indonesia-ketika-belanja-online-WIAdP>
- Riadhah C. A, Rachmatan R. (2016). "Perbedaan Konsumsi Hedonis pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala Ditinjau dari Jenis Kelamin dan Asal Fakultas." *PSYMPATHIC: Jurnal Ilmiah Psikologi*. Volume 3, Nomor 2, hal. 179-190. DOI: 10.15575/psy.v3i2.1109.
- Sa'idah F., Fitrayati D. (2022). "Analisis Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Pandemi Covid-19." *Jurnal Paedagogy: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pendidikan*. Vol. 9 No. 3. Hal. 467-475.
- Sabirin, E. (2005). Kenapa Kita Doyan Belanja. Diakses dari : <http://www.kompas.com/kompascetak/0508/26/muda/2000305.htm>.
- Sinatrya A. S., Amanda, Suryanto S. (2019). Perilaku Konsumtif Pada Laki-Laki “Zaman Now” Pengguna Aplikasi “*Online Shop*” dalam Membeli Barang Di Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional & Call Paper Psikologi Sosial 2019 Psikologi Sosial Di Era Revolusi Industri 4.0: Peluang & Tantangan*

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Sukari, Larasati, A., Mudjijono, & Susilantini, E. (2013). *Perilaku konsumtif siswa SMA di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Yogyakarta: Balai Pelestarian Nilai Budaya (Bpnb)
- Thamrin H., Saleh A. A. (2021). "Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa." *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah* Volume 11 Nomor 01 2021; pp.1-14; DOI: 10.35905/komunida.v11i01
- Triyaningsih S. L. (2011). "Dampak *Online Marketing* Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat." *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol. 11, No. 2. Hal. 172 – 177.
- Ulfah, T. A. (2013). "Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa Yang Mengunjungi Tempat Hiburan Malam Ditinjau Dari Motif Afiliasi." *Fakultas Psikologi Universitas Semarang*, 286--296.
- Uli. (2021, Desember 26). Konsumen Belanja Online RI Melonjak 88 Persen pada 2021. *CNNIndonesia.com*
- Utami S. (2023). "Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Stambuk 2019." Skripsi. *Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Medan*.
- Wirasukessa, K., & Sanica, G. (2023). Fear Of Missing Out Dan Hedonisme Padaperilakukonsumtif Millennials: Peran Mediasi Subjectivenorm Dan Attitude. *JIMEA : Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, Vol. 7 No. 1.
- Yahya, Adibah & Mardiani, Inna & Fuadi, Agus & Muhsoni, Ridwan. (2023). Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Gender. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*. Volume 23, Nomor 2. 2274-2281. 10.33087/jiubj.v23i2.3540.