



Hubungan Gaya Hidup dan Motivasi dengan Perilaku Konsumtif pada Siswi SMA Al-Azhar Medan

Relationship between Lifestyle and Motivation with Consumptive Behavior of SMA Al-Azhar Medan Students

Dewi Afriantie¹, Lahmuddin Lubis², & Nur'aini^{3*}

¹Magister Psikologi, Universitas Medan Area, Indonesia

²Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

³Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Medan

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan gaya hidup dan motivasi dengan perilaku konsumtif pada siswi SMA Al-Azhar Medan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasional dengan sampel sebanyak 128 siswi SMA Al-Azhar yang diperoleh melalui screening. Sampel penelitian menggunakan teknik total sampling. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui skala gaya hidup, skala motivasi dan skala perilaku konsumtif. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis regresi berganda dengan $\alpha = 0,05$. Hasil analisis data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif dengan $p\text{-value} = 0,000$, koefisien korelasi $r_{x1y} = 0,780$ dan dengan determinasi $r^2 = 0,609$ (60,9%). Ada hubungan yang positif dan signifikan antara motivasi dengan perilaku konsumtif dengan $p\text{-value} = 0,000$, koefisien korelasi $r_{x2y} = 0,734$ dan dengan determinasi $r^2 = 0,538$ (53,8%). Ada hubungan yang positif dan signifikan antara gaya hidup dan motivasi dengan perilaku konsumtif dengan $p\text{-value} = 0,000$, koefisien korelasi $r_{x1x2y} = 0,857$ dan dengan determinasi $r^2 = 0,735$ (73,5%). Maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi gaya hidup dan motivasi maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif, dengan demikian ketiga hipotesis diterima. Disarankan bagi sekolah dapat menciptakan suasana yang dapat mengendalikan budaya perilaku konsumtif dengan melakukan perilaku kedermawanan seperti berinfak dan menabung.

Kata Kunci: Gaya Hidup; Motivasi; Perilaku Konsumtif.

Abstract

This study aims to analyze the relationship between lifestyle and motivation with consumptive behavior among Al-Azhar High School students in Medan. This type of research is a quantitative study with a correlational approach with a sample of 128 Al-Azhar high school students obtained through screening. The research sample uses a total sampling technique. Measuring instruments used in this study are data collection techniques obtained through lifestyle scales, motivational scales and consumer behavior scales. Data analysis techniques used multiple regression analysis techniques with $\alpha = 0.05$. The results of data analysis in this study indicate that there is a positive and significant relationship between lifestyle with consumptive behavior with $p\text{-value} = 0,000$, correlation coefficient $r_{x1y} = 0.780$ and with determination $r^2 = 0.609$ (60.9%). There is a positive and significant relationship between motivation with consumptive behavior with $p\text{-value} = 0,000$, correlation $r_{x2y} = 0.734$ and with determination $r^2 = 0.538$ (53.8%). There is a positive and significant relationship between lifestyle and motivation with consumptive behavior with a $p\text{-value} = 0,000$, a correlation of $r_{x1x2y} = 0.857$ and with a determination of $r^2 = 0.735$ (73.5%). Thus it can be concluded that the higher the lifestyle and motivation, the higher the consumptive behavior. The suggestion in this research is that schools can create an atmosphere that can control the culture of consumptive behavior by doing charitable behavior such as sharing and saving.

Keywords: Lifestyle, Motivation; Consumptive Behavior.

How to Cite: Dewi Afriantie, Lahmuddin Lubis, & Nur'aini. Hubungan Gaya Hidup dan Motivasi dengan Perilaku Konsumtif pada Siswi SMA Al-Azhar Medan. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 5(1) 2023: 29-36,

PENDAHULUAN

Informasi yang diberikan oleh beberapa media secara tidak langsung mengubah kebiasaan dan gaya hidup seseorang dalam jangka waktu yang relatif singkat menuju kearah kehidupan mewah dan cenderung berlebihan yang pada ujungnya akan menimbulkan pola hidup konsumtif. Gejala-gejala ini menurut Lina dan Rosyid (1997) mengindikasikan adanya kecenderungan perilaku konsumtif.

Lubis (dalam Lina dan Rosyid, 1997) mengartikan perilaku konsumtif sebagai suatu perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Wilkie & Williem (1994) memaparkan hal ini dapat terjadi karena pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan (wasteful) tetapi sudah pada taraf keinginan yang berlebihan. Mahendra (2002) menambahkan bahwa perilaku konsumtif ini berkaitan dengan kecenderungan materialistik, kemewahan dan segala hal yang dianggap paling mahal dan memberikan prestige tersendiri bagi seseorang.

Remaja adalah salah satu golongan dalam masyarakat yang tidak lepas dari pengaruh kegiatan konsumtif ini. Wahyono (dalam Lina dan Rosyid, 1997) mencoba menunjukkan kenyataan bahwa gerakan hidup mewah atau konsumtif ini salah satunya dilakukan oleh remaja putri. Hadipranata (dalam Lina dan Rosyid, 1997) mengamati bahwa wanita memiliki kecenderungan lebih besar untuk berperilaku konsumtif dibanding pria. Hal ini disebabkan karena konsumen wanita cenderung lebih emosional sehingga cenderung mudah untuk terpengaruh sehingga akhirnya terdorong untuk berperilaku konsumtif.

Hurlock (1991) menyebutkan salah satu cara untuk mengangkat diri remaja sendiri adalah dengan menggunakan simbol status dalam bentuk pakaian dan barang-barang lainnya yang mudah terlihat. Anggraini (2001) menjelaskan bahwa pakaian merupakan salah satu benda yang penting bagi remaja karena mereka memiliki keinginan untuk selalu tampil menarik. Gunarsa (1986) menambahkan salah satu tujuan remaja berpenampilan menarik adalah karena ingin menarik perhatian dari lawan jenisnya. Remaja ingin menunjukkan penampilan dirinya yang superior agar diperhatikan dan diakui eksistensinya

Monks, dkk (2002) menambahkan konsumen remaja mempunyai keinginan membeli yang tinggi, sebab pada umumnya remaja memiliki karakteristik tersendiri dalam hal berpakaian, berdandan, gaya, potongan rambut dan kesenangan akan musik. Tanpa disadari hal tersebut mendorong seseorang untuk membeli dan membeli terus sehingga menyebabkan remaja akhirnya terjerat dalam perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif ini dapat terus mengakar di dalam gaya hidup remaja. Dalam perkembangannya, mereka akan menjadi orang-orang dewasa dengan gaya hidup konsumtif. Gaya hidup selalu mengalami perubahan seiring perkembangan zaman. Perubahan tersebut juga dipicu dengan budaya konsumtif dikalangan remaja, seseorang yang konsumtif tidak memikirkan efek dan konsekuensi yang timbul ketika mereka mengambil keputusan untuk membeli barang tersebut (Lubis et al., 2022; Putra et al., 2022).

Para remaja telah mengenal gaya hidup modern atau modis, hal ini dapat dilihat dari cara mereka membeli barang-barang bermerk yang harganya mahal (Wahyudi, 2013). Hasil penelitian yang dilakukan pada hari Kamis tanggal 6 Desember 2018 menunjukkan bahwa dari 70% (210) siswi SMA Al-Azhar Medan yang melakukan kegiatan konsumtif khususnya para siswi, seperti; penggunaan HP, pakaian, tas, sepatu, parfume yang lagi trend.

Berdasarkan penelitian lain disalah satu sekolah negeri di Samarinda banyak siswa yang melakukan kegiatan konsumtif. Penelitian ini dilakukan di SMAN 5 Samarinda dari 10 siswa yang terdapat 9 yang mengaku selalu berusaha untuk mengikuti dan memiliki barang yang sedang trend seperti ponsel, sepatu dan model pakaian. Ini diperjelas dengan hasil wawancara dengan PIR bahwa dirinya selalu berusaha untuk mengikuti kemajuan teknologi dengan membeli barang-

barang yang sedang trend tanpa memikirkan harga barang mahal atau berfikir barang tersebut dibutuhkan apa tidak yang penting tidak ketinggalan zaman oleh teman-temannya. Selain PIR, MT juga mengungkapkan bahwa murid-murid di sekolahnya tersebut terkenal dengan sifat gengsi dan jika tidak memiliki barang yang sedang trend maka akan dianggap kudet atau kurang update. Hal ini diperjelas dengan hasil wawancara dengan guru konseling yang berinisial AN di SMAN 5 yang mengatakan bahwa siswa-siswa remaja berusaha untuk mengikuti zaman dengan membeli barang-barang yang sedang booming, mereka tidak berfikir panjang apakah barang tersebut dibutuhkan apa tidak yang jelas mereka membeli sesuai dengan keinginan mereka (Sufrihana, 2014).

Perilaku konsumtif pada siswi SMA dapat merubah gaya hidupnya. Hal ini membawa siswi SMA ke dalam tindakan yang mementingkan penampilan luar mereka, harga diri mereka, serta bagaimana mengikuti perkembangan lingkungan sekitar supaya setara. Kebiasaan ini menjadikan mereka sulit untuk bersikap rasional yang pada mulanya siswi SMA tidak lagi berorientasi pada pelajaran sekolah maupun masa depan, justru berorientasi pada gaya hidup yang mereka jalani pada masa sekarang.

Menurut Soemartono (dalam Fardhani dan Izzati, 2013) munculnya perilaku konsumtif disebabkan oleh faktor internal dan eksternal. Adapun faktor eksternal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif individu adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga dan demografi. Sedangkan faktor internal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif individu adalah harga diri, gaya hidup kepribadian, konsep diri, pengamatan, proses belajar, dan motivasi (Adelfina et al., 2022; Hasibuan et al., 2019; Bintang et al., 2019).

Semua perilaku konsumtif berawal dari motivasi. *Motivation is the process by which an individual recognizes a need and takes action to satisfy it* (Wells dan Prensky, 1996). (Motivasi adalah proses dengan mana seorang individu mengakui kebutuhannya dan melakukan tindakan untuk memuaskannya). Motivasi merupakan suatu konsep yang dipakai untuk menerangkan kekuatan-kekuatan yang ada pada organisme untuk memunculkan dan mengarahkan tingkah lakunya.

Menurut Oktaviani (2009) motivasi berpengaruh pada perilaku konsumtif dalam membuat keputusan pembelian pada remaja. Bagi sebagian remaja, berkunjung ke suatu pusat perbelanjaan adalah suatu keharusan dan bagian dari aktivitas atau kehidupan rutin setiap hari, khususnya remaja putri. Aktivitas konsumen dapat dibagi dua, yaitu shopping dan mengkonsumsi. Dalam memenuhi keinginan aktivitas tersebut remaja akan memilih tempat dimana ia memperoleh kebutuhan yang diinginkan.

Proses pembentukan keputusan dalam pembelian selalu diawali dengan kebutuhan yang dirasakan. Suatu kebutuhan yang dirasakan akan membangun suatu motivasi seorang remaja dalam bertindak untuk mencapai pemenuhan tersebut. Keberadaan motivasi mengacu pada adanya kebutuhan sehingga perilaku yang bermotivasi diawali dengan pengenalan kebutuhan. Kebutuhan yang dirasakan akan membangkitkan untuk berperilaku yang diperkirakan memiliki kemungkinan terbesar untuk memenuhi kebutuhan tertentu (Bayton dalam Sudaryana, 2001). Kebutuhan yang dirasakan akan diekspresikan dalam perilaku pembelian dan konsumsi sehingga menimbulkan kecenderungan remaja untuk mengevaluasi atau memilih dari berbagai atribut yang ada. Hal tersebut didorong oleh motivator yang ada dari dalam dirinya tersebut. Jadi motivasi mempunyai hubungan yang erat dengan kebutuhan. Setiap kegiatan yang dilakukan seseorang didorong oleh suatu kekuatan dari dalam dirinya atau dari lingkungan luar, maka motivasi tercermin dari suatu perilaku yang tampak.

Motivasi dalam perilaku konsumtif didasari oleh dorongan untuk memenuhi kebutuhan psikososial daripada hanya sekedar untuk memperoleh suatu produk. Dengan kata lain kegiatan pembelian merupakan suatu dorongan dari kesenangan tersendiri tanpa memperhatikan manfaat

dari produk yang dibeli. Semakin tinggi motivasi seseorang maka perilaku konsumtif akan semakin meningkat (Utami, 2010).

Proses keputusan membeli oleh remaja dipengaruhi oleh gaya hidup dan motivasi dalam diri mereka untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan mereka, yaitu dengan mengenali kebutuhan, mencari informasi suatu barang, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, gaya hidup dan motivasi sangat berpengaruh penting dan kuat dalam diri seorang remaja untuk membantu membuat suatu keputusan membeli suatu barang dalam pemenuhan kebutuhan-kebutuhan seorang remaja.

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik meneliti untuk mengetahui hubungan gaya hidup dan motivasi dengan perilaku konsumtif pada siswi SMA Al-Azhar Medan. Kata konsumtif mempunyai arti boros, makna kata konsumtif adalah sebuah perilaku yang boros, yang mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan (Widiastuti, 2003). Menurut Suyasa dan Fansisca (2005) perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Sedangkan menurut Lubis (dalam Lina dan Rosyid, 1997) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diartikan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli dimana individu mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan, yang tidak lagi didasarkan atas pertimbangan rasional serta lebih mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan hanya untuk mencapai kepuasan maksimal dan kesenangan saja sehingga menimbulkan pemborosan.

Menurut Lina dan Rosyid (1997) ada beberapa aspek dari perilaku konsumtif, yaitu pembelian Impulsif (*Impulsive buying*), pemborosan (*Wasteful Buying*), dan mencari kesenangan (*Non rational buying*). Menurut Minor dan Mowen (2002), gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu. Selain itu, gaya hidup menurut Kotler dan Armstrong (dalam Rianton, 2012) adalah pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat yang bersangkutan.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya, bukan atas dasar kebutuhan tetapi atas dasar keinginan untuk bermewah-mewahan. Menurut Well dan Tigert (dalam Rianton, 2012) aspek-aspek gaya hidup adalah minat, aktivitas, dan opini. Secara etimologi kata motivasi berasal dari bahasa Inggris, yaitu "motivation", yang artinya "daya batin" atau "dorongan". Sehingga pengertian motivasi adalah segala sesuatu yang mendorong atau menggerakkan seseorang untuk bertindak melakukan sesuatu dengan tujuan tertentu.

Handoko (2001) mengatakan bahwa motivasi adalah suatu keadaan dalam pribadi yang mendorong keinginan individu untuk melakukan keinginan tertentu guna mencapai tujuan. Motivasi dalam perilaku konsumtif merupakan keadaan alam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai sesuatu tujuan (Dharmesta dan Handoko, 1997). Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa motivasi adalah suatu dorongan dalam diri seseorang untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu.

Lorens Bagus (dalam Icha, 2010) dalam Kamus Filsafat mengartikan motivasi atau motif sebagai dorongan sadar dari suatu tindakan untuk merumuskan kebutuhan-kebutuhan tertentu manusia. Maslow mengembangkan teori tentang bagaimana semua motivasi saling berkaitan. Ia menyebut teorinya sebagai "hirarki kebutuhan". Kebutuhan ini mempunyai tingkat yang berbeda-

beda. Ketika satu tingkat kebutuhan terpenuhi maka orang akan termotivasi dan berusaha memenuhi kebutuhan tingkat berikutnya. Abraham H. Maslow (dalam Maslow, 1994) berpendapat bahwa manusia mempunyai lima tingkat kebutuhan, yaitu *physiological needs*, *safety needs*, *belongingness and love needs*, *esteem needs*, dan *self-actualization needs*.

METODE PENELITIAN

Bentuk penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Sampel dalam penelitian ini adalah siswi SMA Al-Azhar Medan yaitu sebanyak 128 orang yang di diperoleh melalui screening. Tehnik pengambilan sampel menggunakan Total sampling. Metode pengumpulan data menggunakan skala perilaku konsumtif, skala gaya hidup, dan skala motivasi. Analisis data menggunakan Regresi Berganda dengan $\alpha = 0,05$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hipotesis 1 bahwa ada hubungan yang positif dan signifikansi antara gaya hidup dan perilaku konsumtif pada siswi yang ditunjukkan oleh $P\text{-value} = 0,000$, koefisien korelasi (r_{x1y}) sebesar 0,780 dan dengan determinasi $r^2 = 0,609$, artinya persentase sumbangan antara gaya hidup dan perilaku konsumtif sebesar 60,9%. Ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang kuat antara gaya hidup dan perilaku konsumtif pada siswi kelas SMA Al-Azhar Medan, yang berarti bahwa semakin tinggi gaya hidup maka perilaku konsumtif pada siswi akan semakin tinggi, begitu juga sebaliknya, semakin rendah gaya hidup maka perilaku konsumtif pada siswi akan semakin rendah

Hipotesis 2 bahwa ada hubungan yang positif dan signifikansi antara motivasi dan perilaku konsumtif pada siswi yang ditunjukkan oleh $P\text{-value} = 0,000$, koefisien korelasi (r_{x1y}) sebesar 0,734 dan dengan determinasi $r^2 = 0,538$, artinya persentase sumbangan antara motivasi dan perilaku konsumtif sebesar 53,8%. Ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang kuat antara motivasi dan perilaku konsumtif pada siswi kelas SMA Al-Azhar Medan, yang berarti bahwa semakin tinggi motivasi maka perilaku konsumtif pada siswi akan semakin tinggi, begitu juga sebaliknya, semakin rendah motivasi maka perilaku konsumtif pada siswi akan semakin rendah.

Hipotesis 3 bahwa ada hubungan yang positif dan signifikansi antara gaya hidup dan motivasi dengan perilaku konsumtif pada siswa yang ditunjukkan oleh $P\text{-value} = 0,000$, koefisien korelasi (r_{x1x2y}) sebesar 0,857 dan dengan determinasi $r^2 = 0,735$, artinya persentase sumbangan antara gaya hidup dan motivasi dengan perilaku konsumtif sebesar 73,5%. Ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang kuat antara gaya hidup dan motivasi dengan perilaku konsumtif pada siswi kelas SMA Al-Azhar Medan, yang berarti bahwa semakin tinggi gaya hidup dan motivasi maka perilaku konsumtif pada siswi akan semakin tinggi, begitu juga sebaliknya, semakin rendah gaya hidup dan motivasi maka perilaku konsumtif pada siswi akan semakin rendah.

Pembahasan

Kehidupan yang serba instan dan terkesan mewah akan menggiring remaja masuk ke dalam perilaku konsumtif. Pernyataan tersebut sejalan dengan pendapat Wahyudi (2013) para remaja telah mengenal gaya hidup modern atau modis, hal ini dapat dilihat dari cara mereka membeli barang-barang bermerk yang harganya mahal.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Pulyadi (2015) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif pada siswa SMA Negeri 5 Samarinda dengan koefisien korelasi sebesar 0,894. Sumbangan efektif variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumtif sebesar 21%, dan sisanya

dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Faktor gaya hidup mempengaruhi kecenderungan perilaku konsumtif, dimana kedua faktor tersebut saling mempengaruhi satu sama lainnya. Dengan demikian, bila seseorang memiliki gaya hidup yang tinggi, maka gaya hidup tersebut akan mendorongnya untuk berperilaku konsumtif.

Juga didukung oleh penelitian Anggraini (2001). Dalam penelitiannya menunjukkan ada hubungan positif yang sangat signifikan antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif pada siswa SMA Sukomulyo, dengan hasil koefisien korelasi $r_{xy} = 0,595$ dengan $sig. = 0,000$; ($p < 0,05$). Tingkat variabel gaya hidup masuk dalam kategori tinggi. Rerata empirik (RE) untuk variabel gaya hidup sendiri adalah 95,16 dan rerata hipotetik (RH) variabel gaya hidup sebesar 80. Tingkat perilaku konsumtif masuk dalam kategori tinggi dengan rerata empirik (RE) sebesar 118,39 dan rerata hipotetik (RH) variabel perilaku konsumtif sebesar 92,5. Sumbangan efektif antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif pada siswi sebesar 48,3 %, ditunjukkan oleh korelasi (r^2) = 0,483. Hal ini berarti masih terdapat 51,7 % faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif.

Hipotesis penelitian ini membuktikan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif pada siswi SMA Al-Azhar Medan dapat diterima.

Motivasi mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif di SMA Al-Azhar Medan, yang ditunjukkan oleh besarnya nilai koefisien korelasi motivasi dengan perilaku konsumtif sebesar 0,734 dengan $p < 0,00$. Artinya motivasi mempunyai hubungan yang sedang dengan perilaku konsumtif. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi motivasi maka akan semakin meningkat perilaku konsumtif siswi SMA Al-Azhar Medan yang menjadi responden dalam penelitian ini.

Dari hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kontribusi variabel motivasi terhadap perilaku konsumtif adalah sebesar 53,8%. Dalam hal ini berarti variabel motivasi memberikan kontribusi yang kuat dalam menjelaskan perilaku konsumtif. Semua perilaku konsumtif berawal dari motivasi. Menurut Oktaviani (2009) motivasi berpengaruh pada perilaku konsumtif dalam membuat keputusan pembelian pada remaja. Motivasi yang mempengaruhi perilaku konsumtif dalam variasi yaitu, konsumen sering berganti merk, sehingga perbedaan merk dianggap berarti.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Ananda (2016) yang menyatakan bahwa ada hubungan positif antara motivasi dengan perilaku konsumtif pada remaja di kota Lembang dengan kontribusi efektif sebesar 62 % dan koefisien korelasi 0,822. Uji signifikansi menunjukkan hasil 0,000 ($p < 0,001$) berarti korelasi kedua variabel signifikan.

Hipotesis penelitian ini membuktikan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara motivasi dengan perilaku konsumtif pada siswi SMA Al-Azhar Medan dapat diterima.

Gaya hidup dan motivasi mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif di SMA Al-Azhar Medan yang ditunjukkan oleh besarnya nilai koefisien korelasi sebesar 0,857 dengan $p < 0,00$. Artinya gaya hidup dan motivasi mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan perilaku konsumtif. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi gaya hidup dan motivasi siswi maka akan semakin meningkat perilaku konsumtif siswi SMA Al-Azhar Medan yang menjadi responden dalam penelitian ini.

Dari hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kontribusi variabel gaya hidup dan motivasi terhadap perilaku konsumtif adalah sebesar 73,5%. Dalam hal ini berarti variabel gaya hidup dan motivasi memiliki kontribusi yang kuat dalam menjelaskan perilaku konsumtif.

Menurut Kotler dan Armstrong (1994) gaya hidup merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Gaya hidup seseorang akan menunjukkan pola kehidupannya yang dicerminkan melalui kegiatan, minat, dan opininya dalam berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Hawkins (dalam Yuniarti, 2015) mengungkapkan bahwa gaya hidup yang dianut oleh seseorang akan berpengaruh terhadap kebutuhan, keinginan, dan perilaku membeliseseorang.

Perilaku konsumtif dapat merubah gaya hidup seseorang dan membawanya dalam tindakan yang mementingkan penampilan luar mereka, harga diri mereka, serta bagaimana mengikuti perkembangan dilingkungan sekitar supaya setara. Kebiasaan ini menjadikan mereka sulit untuk bersikap rasional. Pada siswi SMA, mereka tidak lagi berorientasi pada pelajaran sekolah maupun masa depan, justru berorientasi pada gaya hidup yang mereka jalani pada masa sekarang.

Lubis (dalam Lina dan Rosyid, 1997) mengartikan perilaku konsumtif sebagai suatu perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Wilkie & Williem (1994) memaparkan hal ini dapat terjadi karena pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan (wasteful) tetapi sudah pada taraf keinginan yang berlebihan. Mahendra (2002) menambahkan bahwa perilaku konsumtif ini berkaitan dengan kecenderungan materialistik, kemewahan dan segala hal yang dianggap paling mahal dan memberikan prestige tersendiri bagi seseorang. Orang berusaha untuk memenuhi kesenangan dan keinginan demi gengsi. Orang merasa bangga, percaya diri dan dihargai jika ia telah memiliki sesuatu yang mewah, lebih daripada yang lain.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Lukitasari dan Muis (2016) menunjukkan bahwa kecenderungan gaya hidup pada remaja sebagian besar ditunjukkan dengan adanya sikap berbelanja dan mengoleksi barang-barang bermerk, mengisi waktu luang dengan mengunjungi tempat nongkrong di tempat hiburan serta aktivitas yang tergolong sering.

Pada penelitian yang dilakukan pada siswi SMA Al-Azhar Medan, selain faktor-faktor diatas yang memberikan kontribusi sebesar 73,5% masih ada 26,5% lagi yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Faktor-faktor tersebut yaitu faktor budaya antara lain peran budaya, sub budaya, dan kelas sosial pembeli, faktor sosial antara lain kelompok acuan, keluarga, peran dan status, dan faktor pribadi antara lain usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri.

SIMPULAN

Ada hubungan positif dan signifikan antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif siswi di SMA Al-Azhar Medan dengan koefisien korelasi r_{xy} sebesar 0,780 dengan $p < 0,000$ artinya korelasi kuat. Gaya hidup memberikan kontribusi sebesar 60,9 % dalam menjelaskan perilaku konsumtif pada siswi SMA Al-Azhar Medan.

Ada hubungan positif dan signifikan antara motivasi dengan perilaku konsumtif siswi di SMA Al-Azhar Medan dengan koefisien korelasi sebesar 0,734 dengan $p < 0,000$ artinya korelasi kuat. Motivasi memberikan kontribusi sebesar 53,8 % dalam menjelaskan perilaku konsumtif pada siswi SMA Al-Azhar Medan.

Ada hubungan positif dan signifikan antara gaya hidup dan motivasi dengan perilaku konsumtif siswi di SMA Al-Azhar Medan dengan koefisien korelasi sebesar 0,857 dengan $p < 0,000$ artinya korelasi sangat kuat. Kontribusi gaya hidup dan motivasi sebesar 73,5 % dalam menjelaskan perilaku konsumtif pada siswi SMA Al-Azhar Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelfina, A., Darmana, A., & Rosita, T. (2022). Pengaruh Motivasi Kepuasan Kerja Pendidikan dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Guru SD Rantau Selatan di Labuhanbatu. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 4(3), 1913-1920. doi:<https://doi.org/10.34007/iejss.v4i3.975>
- Anggraini, D. (2001). Kepercayaan Diri dan Minat Beli Produk Bermerek Terkenal. Skripsi (tidak diterbitkan). Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Gajah Mada.
- Bintang, S.S. Sulistyarningsih, W. & Hardjo, S. (2019). Hubungan Kecerdasan Adversitas dan Self Efficacy Dengan Motivasi Belajar Pada Siswa Sma Negeri 6 Banda Aceh, *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi* 1(1) 2019: 87-95,
- Dharmesta & Handoko. (1997), *Analisa Perilaku Konsumen*. Edisi I. Yogyakarta: BPFE.
- Fardhani, P.R., & Izzati, U.A. (2013). Hubungan Antara Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja (Studi pada Siswa Kelas XI SMA Trimurti Surabaya). *Character*, 1(02), 1-7.
- Gunarsa, (1986). *Psikologi Perkembangan Anak & Remaja*. Jakarta: Gunung Mulia

- Handoko, T.H. (2001). Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta.
- Hasibuan, S.M. Lubis, M.R. & Hardjo, S. (2019). Hubungan Gaya Kepemimpinan dan Lingkungan Kerja Dengan Motivasi Kerja Anggota Satuan Brigade Mobile Kepolisian Daerah Sumatera Utara, Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi 1(1) 2019: 78-86,
- Hurlock, E.B. 1991. Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. Jakarta: Erlangga.
- Icha. (2010). Teori Motivasi: Hirarki Kebutuhan Maslow. Chanatha. wordpress.com.
- Lina dan Rosyid, H.F. (1997). Perilaku Konsumtif berdasar Locus Of Control pada Remaja Putri. Jurnal Psikologika, 4, 5-13.
- Lubis, A., Hasanuddin, H., & Lubis, S. (2022). Hubungan Gaya Belajar dan Motivasi Belajar dengan Minat Belajar Siswa di UPT SMP Negeri 1 Silahisabungan Kabupaten Dairi. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 4(4), 2172-2180. doi:<https://doi.org/10.34007/jeHSS.v4i4.1027>
- Maslow, A.B., (1994). Motivasi dan kepribadian (Teori Motivasi dengan Pendekatan hierarki Kebutuhan Manusia). PTPBP. Jakarta
- Monks, F. J. Knoers, Haditono, S. R. (2002). Psikologi Perkembangan: Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Mowen, J.C., & Minor, M., (2002). Perilaku Konsumen (Jilid 1), Edisi Kelima, Erlangga, Jakarta.
- Oktaviani. (2009). Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan pembelian Konsumen. <http://octadheoo.blogspot.com/2009/11/pengaruh-motivasi-terhadap-keputusan.html>. Diakses bulan Desember 2018.
- Putra, H., Effendy, S., & Sahputra, D. (2022). Hubungan Motivasi Kerja Dan Pengembangan Karir Dengan Organizational Citizenship Behavior Pada Karyawan PT Anugrah Karya Prima. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 4(4), 2093-2102. doi:<https://doi.org/10.34007/jeHSS.v4i4.1014>
- Rianton. (2012). Hubungan antara Konformitas Kelompok Teman Sebaya dengan Gaya Hidup pada Mahasiswa Kabupaten Dhamasraya di Yogyakarta. Naskah Publikasi. Yogyakarta.
- Sudaryana, A. (2001). Kajian Bisnis. STIE Widya Wiwaha, Yogyakarta
- Sufrihana. (2014). Hubungan Body Image dan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri di SMA Negeri 5 Samarinda. *eJournal Psikologi*, 2014,2 (1): 76-91
- Suyasa, P dan Fransisca. (2005). Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaran. *Phronesis*, 7 (2), 172-198.
- Utami, C.W., (2010). Manajemen Ritel, Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia. Edisi 2 Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Wahyudi. (2013). Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja. *Jurnal Sosiologi*, Vol.1, No.4, 2013:26-38
- Wells, W.D. & Prensky, D.,(1996). *Consumer Behaviour*. New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Widiastuti, R. (2003). Konsumerisme Vs Konsumtivisme. <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0303/17/swara/179355.htm>. Diakses bulan Desember 2018.