



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 3 Tahun 2023 Page 7361-7373

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Penggemar K-Pop di Kota Medan

Ira Putri Tanjung^{1✉}, Nancy Naomi Aritonang²

Fakultas Psikologi, Universitas HKBP Nommensen Medan, Indonesia

Email: Iratanjung@student.uhn.ac.id[✉]

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif Pada Mahasiswa penggemar K-Pop Di kota Medan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan antara gaya hidup hedonis dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa penggemar K-Pop Di kota Medan. Subjek penelitian ini merupakan 270 Mahasiswa Penggemar K-pop (K-popers), Ber usia 19 – 25 tahun, dan Sering membeli barang bernuansa K-pop. Data diperoleh dengan menggunakan skala gaya hidup hedonis dan skala perilaku konsumtif. Analisis data dilakukan dengan menggunakan korelasi product moment. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif Pada Mahasiswa penggemar K-Pop Di kota Medan ($r_{xy} = 0,920$ dengan $p = 0.000$ ($P < 0,05$)). Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Kata Kunci: *Gaya Hidup Hedonis, Perilaku Konsumtif, Penggemar K-Pop*

Abstract

This study aimed to know the relationship between hedonic lifestyle with consumptive behavior in K-Pop fan students in Medan City. The hypothesis in this study is that there is a relationship between hedonic lifestyle and consumptive behavior in K-Pop fan students in Medan City. The subjects of this study were 270 K-pop fan students (K-popers), aged 19-25 years, and often buy K-pop nuanced items. Data were obtained using a hedonic lifestyle scale and a consumptive behavior scale. Data analysis was carried out using product moment correlation. The results showed that there is a relationship between hedonic lifestyle and consumptive behavior in K-Pop fan students in Medan City ($r_{xy} = 0.920$ with $p = 0.000$ ($P < 0.05$)). Based on these results, the hypothesis in this study is accepted.

Keywords: *Hedonic Lifestyle, Consumptive Behavior, K-Pop Fan*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki aneka ragam budaya. Seiring menggunakan kemajuan teknologi. Di era globalisasi ini, semakin memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi dan berita dari seluruh jagat raya. Kemudahan dalam memperoleh informasi dan berita ini mengakibatkan adanya pertukaran budaya antara satu wilayah dengan wilayah lainnya, baik budaya lokal yang keluar maupun budaya asing yang masuk ke suatu negara (Handayani, 2020).

Indonesia termasuk negara yang memiliki toleransi tinggi terhadap masuknya budaya asing seperti budaya Barat, budaya Eropa, budaya Jepang, serta budaya Korea. Budaya Barat atau yang biasa disebut menggunakan Westernisasi sudah masuk ke Indonesia terlebih dahulu serta sudah mendominasi menjadi budaya dunia pada kurun waktu yang lama (Damayanti, 2022). Sedangkan budaya Korea merupakan budaya yang paling akhir memasuki Indonesia, namun dapat diterima dengan baik oleh masyarakat Indonesia. Budaya Korea bisa diterima dengan baik karena lebih sesuai dengan nilai-nilai lokal (Ciptaningtyas & Prasetyo, 2022).

Budaya populer dapat dinikmati oleh semua orang melampaui negara, ras, agama, dan perbedaan lainnya (Amalia, 2019). Salah satu budaya populer yang sedang digemari oleh masyarakat Indonesia adalah Korean Wave (Anindita & Prihartanti, 2022). Korean wave mulai masuk di Indonesia sejak awal tahun 2000-an lewat penayangan drama-drama Korea di beberapa TV swasta. Beberapa drama fenomenal saat itu seperti *Endless Love*, *Full House*, dan *Boys Before Flowers* sering disebut-sebut sebagai awal mula seseorang mengenal budaya Korea. Setelah itu, musik pop Korea juga mulai banyak dikenal oleh masyarakat Tanah Air. Selain menyuguhkan hal yang berbeda dalam hal musik, para member girlband maupun boyband Korea memiliki visual yang menawan sehingga mudah menarik hati masyarakat Indonesia. Budaya Korea telah banyak diminati oleh masyarakat dari berbagai rentang usia (Syamsuddin & Akuba, 2022).

Data yang dipaparkan oleh *The Korea Times* menunjukkan bahwa jumlah penggemar kebudayaan Korea di seluruh dunia meningkat 22 % menjadi 89,19 juta dari yang semula 73,12 juta penggemar pada tahun 2017 (Jawa Pos, 2019). Indonesia tentu saja tak luput dari "infeksi" pesona Korean wave. Menurut sebuah survei yang diambil dari jumlah viewers video dengan konten K-Pop di YouTube, Indonesia berada pada peringkat 2 dengan meraih 9,9 % dari total viewers (Dewi Angelia, 2023). Hal ini menjadikan Indonesia sebagai penikmat konten Korea nomor satu di luar Negara. Korea Selatan itu sendiri banyak diminati oleh masyarakat dari berbagai rentang usia. Menurut hasil survey *IDN Times* (2019), 40,7 % penggemar K-Pop di Indonesia berasal dari kalangan berumur 20-25 tahun, 38,1 % berusia

15-20 tahun, 11,9 % berusia lebih dari 25 tahun dan persentase paling sedikit berasal dari usia 10-15 tahun yakni sebanyak 9,3%. Selain itu, demografi penggemar K-Pop di Indonesia juga didominasi oleh perempuan yakni sebanyak 92,1%. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar penggemar K-Pop berada pada rentang usia dewasa awal.

Pada tahun 2020 penjualan album mencapai 40,2 juta kopi album yang berhasil terjual di dalam dan di luar Korea Selatan. Data ini dihimpun hingga pekan ke-50 atau 12 Desember 2020 dan terjadi peningkatan sebesar 64% dibandingkan dengan penjualan tahun 2019. Peningkatan penjualan album ini terjadi karena penundaan konser maupun fan meeting akibat dari Pandemi Covid-19, sehingga membuat para penggemar K-Pop lebih mengalokasikan prioritas belanjanya terhadap pembelian album (Charistia et al., 2022). Pandemi Covid-19 dan digitalisasi juga memengaruhi perilaku konsumen dalam hal gaya hidup. Penggemar K-Pop semakin gemar mencari kesenangan melalui konten-konten idolanya dan senang menghabiskan uangnya untuk membeli album dari idol group yang dikaguminya (Aqilah, 2022).

Pola perilaku konsumtif memiliki empat dimensi yaitu (a) pemenuhan keinginan, yaitu rasa puas yang tidak pernah habis dan semakin meningkat terhadap K-pop sehingga individu selalu ingin lebih untuk memenuhi rasa puasanya walaupun tidak membutuhkannya (Sari & Handayani, 2020); (b) barang diluar jangkauan, yaitu individu akan terus mencari kepuasan dengan terus membeli barang-barang terbaru dari produk K-pop (Fahirra & Andjarwati, 2022); (c) barang tidak produktif, yaitu penggunaan barang K-pop yang berlebihan membuat konsumsi menjadi tidak jelas dan barang menjadi tidak produktif atau tidak penting; (d) status, yaitu individu memiliki barang-barang K-pop hanya untuk pemuasan angan-angan dan mencapai sesuatu status) melalui barang atau kegiatan yang bukan bagian dari kebutuhan dirinya (Irvani et al., 2022).

Adapun indikator gaya hidup hedonis yaitu (a) Minat yaitu sesuatu yang menarik dari lingkungan sehingga individu merasa senang untuk memperhatikannya, (b) Aktivitas, yaitu cara individu menggunakan waktu yang berwujud tindakan nyata yang dapat dilihat dan (c) Opini, yaitu pendapat seseorang tentang dirinya sendiri dan produk-produk yang berkaitan dengan kesenangan hidupnya, yang kesemuanya terwujud dengan suka mencari perhatian, boros dan menghabiskan banyak waktu luang untuk bersenang-senang.

Peneliti melakukan survey terhadap 31 orang mahasiswa Kota Medan dengan rentang usia 19-25 tahun tentang Perilaku Gaya Hedonis terhadap K-popers pada mahasiswa se kota Medan. Hasil Survey menunjukkan 67.7% senang mengikuti trend agar diperhatikan, 62.6% senang berbelanja barang barang k-pop agar diperhatikan teman teman sendiri, 60.6% lebih banyak menghabiskan waktu bersama komunitas yang menyukai

kpop, 52.2% sering membeli barang k-pop yang tidak diperlukan, 70% membeli produk k-pop yang sedang dibutuhkan remaja, 50% menunjukkan bahwa menjadi pusat perhatian adalah suatu prioritas, 50% membeli produk k-pop karena merasa dapat menunjukkan citra diri pada teman-temannya, 51.6% tidak bisa menanggapi konser k-pop dengan biasa saja.

Penelitian yang dilakukan oleh Hanny Fahira, dkk (2022) terhadap 187 anggota ARMY Indonesia yang pernah membeli album BTS dan mendengarkan lagu lagu BTS minimal satu bulan terakhir dengan rentang usia 16-35 Tahun. Korean Wave dan gaya hidup hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian album official BTS (Studi pada ARMY Indonesia). Secara parsial variabel Korean Wave berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian album official BTS. Begitu pula dengan variabel gaya hidup hedonis secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian album official BTS.

Brandon dan Forney (dalam Simanjuntak et al., 2022) mengatakan bahwa gaya hidup berasal dari nilai-nilai dasar individu yang mendasari perilaku konsumen seseorang dapat merefleksikan suatu tren dan gaya berbusana orang tersebut, begitu juga halnya dengan remaja. Hal tersebut sejalan dengan yang diungkapkan oleh Nufus (dalam Camang, 2021), yaitu kecenderungan gaya hidup hedonis remaja terlihat dan cenderung memiliki gaya hidup yang bermewah-mewah dan terkadang ditemukan kebiasaan mereka yang lebih memilih "nongkrong" ditempat-tempat hiburan malam seperti di cafe, selain itu juga terlihat dari cara berpakaian dan sikap hidup

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, peneliti ingin mengadakan penelitian dengan judul "Hubungan Gaya Hidup Hedonis dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap K-pop Pada Mahasiswa se-Kota Medan".

METODE PENELITIAN

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif K-Pop Pada Mahasiswa se-kota Medan. Populasi yang akan digunakan sebagai penelitian adalah mahasiswa se-Kota Medan. Jumlah populasi mahasiswa se kota Medan sesuai data yang ada di Badan Pusat Statistik pada tahun terakhir adalah 282.211 orang. Dalam teknik pengambilan sampel ini peneliti menggunakan teknik sampling purposive. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus Isaac dan Michael (Khairinal et al., 2022). Sampel diambil berdasarkan jumlah populasi mahasiswa se kota Medan yaitu sebanyak 282.211 orang.

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk Skala Likert dengan empat alternatif pilihan jawaban. Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah skala Gaya Hidup Hedonis dan skala Perilaku Konsumtif (Putri et al., 2022). Untuk keperluan analisis kuantitatif maka jawaban diberi skor berkisar dari nilai 4 (empat) hingga 1(satu). Setelah alat ukur disusun, maka tahap selanjutnya adalah melakukan uji coba alat ukur. Uji coba alat ukur dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas alat ukur yang dilakukan dalam penelitian nantinya, peneliti akan melakukan uji coba alat ukur pada mahasiswa yang penggemar K-pop yang sering membeli barang/produk bernuansa k-pop, sebanyak 50 orang. Penelitian ini diteliti dengan memberikan skala secara online dalam bentuk googleform kepada subjek. Skala psikologi yang telah terkumpul kemudian diperiksa peneliti dari 50 subjek uji coba seluruhnya memenuhi persyaratan dan seluruh skala psikologi terisi dengan lengkap (Putra & Darmayanti, 2023).

Setelah data-data yang peneliti perlukan terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data. Data penelitian ini diolah dan dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan statistic inferensial. Analisis deskriptif dilakukan dengan mendeskripsikan data yang telah terkumpul tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum sedangkan analisis inferensial dilakukan dengan menguji hipotesis penelitian dengan menggunakan uji korelasi Pearson Product Moment. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji asumsi yakni uji normalitas dan uji linearitas dan dilanjutkan dengan uji hipotesis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada tanggal 23 April 2023 sampai 20 Mei 2023 yang dilaksanakan secara online yang disebarakan dengan beberapa aplikasi media seperti *instagram*, *whatsapp* dan *facebook* yang disusun melalui *google form*. Peneliti menyebarkan skala kepada 270 orang penggemar *K-pop* yang sering membeli produk/barang bernuansa *K-pop* pada mahasiswa kota Medan. Kemudian setelah data terkumpul, selanjutnya peneliti melakukan analisis data namun sebelumnya dilakukan terlebih dahulu mendeskripsikan responden penelitian berdasarkan usia, jenis kelamin, universitas, dan fakultas setelah itu dilakukan analisa data, lalu dilakukan uji asumsi terhadap gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif yang meliputi uji normalitas dan linieritas.

Hasil Penelitian

Deskripsi Hasil Penelitian

Hasil penelitian berkaitan dengan analisa terhadap data penelitian sesuai dengan data yang berhubungan dengan penelitian. Deskripsi data penelitian ini mencakup data mean (rata-rata) hipotetik. Hasil skor empirik dan hipotetik dari skala Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif dapat dilihat dari tabel berikut ini.

Tabel 1. Perbandingan Data Hipotetik dan Empirik

Variabel	Data Hipotetik					Data Empirik				
	Xmin	Xmax	Mean	SD	Range	Xmin	Xmax	Mean	SD	Range
Gaya Hidup Hedonis	21	84	52,5	10,5	63	21	84	47,16	14,2	63
Perilaku Konsumtif	29	116	72	14,5	97	29	114	62,91	19,06	85

Berdasarkan pemaparan data penelitian diatas dapat diketahui bahwa mean empirik gaya hidup hedonis sebesar 47,16 sedangkan mean hipotetiknya sebesar 52,5. Adapun mean empirik perilaku konsumtif sebesar 62,91 sedangkan mean hipotetiknya sebesar 72. Oleh karena itu, mean Hipotetik Gaya Hidup Hedonis dan Perilaku Konsumtif berada diatas dari mean empirik nya. Apabila Mean Empirik lebih kecil dari Mean Hipotetik artinya gaya hidup hedonis lebih rendah, dan apabila Apabila Mean Empirik lebih besar dari Mean Hipotetik artinya perilaku konsumtif tinggi.

Gambaran Skor Gaya Hidup Hedonis dan Perilaku Konsumtif

Berdasarkan penelitian ini peneliti memaparkan hasil pengkategorisasian dari seluruh data yang diperoleh dari responden yang menjadi subjek penelitian. Hasil Pengkategorisasian ini diperoleh dari alat ukur yang digunakan peneliti yaitu gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif. Pengkategorisasian dalam penelitian ini dibagi menjadi 3 bagian kategorisasi yaitu rendah, sedang dan tinggi.

Tabel 2. Gambaran Skor Gaya Hidup Hedonis dan Perilaku Konsumtif

Kategorisasi Gaya Hidup Hedonis	Skor Gaya Hidup Hedonis	Skor Perilaku Konsumtif	Kategorisasi Perilaku Konsumtif
Tinggi	$X \leq 63$	$X \leq 87$	Tinggi
Sedang	$42 < X \leq 63$	$58 < X \leq 87$	Sedang
Rendah	$X < 42$	$X < 58$	Rendah

Deskripsi Skor Gaya Hidup Hedonis

Jumlah item yang digunakan dalam alat ukur gaya hidup hedonis 21 item dengan formula skala alternatif. Nilai setiap jawaban memiliki rentang dari 1 sampai 4, Sehingga skor minimum 21 dan skor maksimum 84. Gambaran kategorisasi skor gaya hidup hedonis pada responden penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3. Deskripsi Skor Gaya Hidup Hedonis

Gaya Hidup Hedonis	Kategori	Kategorisasi	Jumlah	
			Subjek (Orang)	Persentase (%)
	Tinggi	$X \leq 63$	49	18,1
	Sedang	$42 < X \leq 63$	119	44,2
	Rendah	$X < 42$	102	37,7
Total			270	100%

Berdasarkan kategorisasi diatas dapat diketahui bahwa Kematangan Karir berdasarkan subjek berada di kategorisasi rendah dengan jumlah 325 (100%) Fresh Graduate.

Deskripsi Skor Perilaku Konsumtif

Jumlah item yang digunakan dalam alat ukur Perilaku Konsumtif 29 item dengan formula skala alternatif. Nilai setiap jawaban memiliki rentang dari 1 sampai 4, Sehingga skor minimum 29 dan skor maksimum 114. Gambaran kategorisasi skor gaya hidup hedonis pada responden penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. Deskripsi Skor Perilaku Konsumtif

Perilaku Konsumtif	Kategori	Kategorisasi	Jumlah	
			Subjek (Orang)	Persentase (%)
	Tinggi	$X \leq 87$	38	14,1
	Sedang	$58 < X \leq 87$	131	48,5
	Rendah	$X < 58$	101	37,4
Total			270	100

Berdasarkan kategori diatas dapat diketahui bahwa Perilaku Konsumtif berdasarkan subjek pada kategori rendah sebanyak 101 orang (37,4%), pada kategori sedang sebanyak 131 orang (48,5), dan kategori tinggi sebanyak 38 (14,1%).

Uji Asumsi

Sebelum melakukan uji hipotesa antar variabel Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif, maka terlebih dilakukan uji asumsi terdiri dari uji normalitas dan linearitas, dimana data akan diolah menggunakan teknik Pearson Product Moment untuk melihat adanya hubungan antara variabel Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif menggunakan bantuan IBM SPSS Statistic 20.

Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dari variabel Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif terdistribusi normal. Uji normalitas ini dilakukan dengan menggunakan uji one sample kolmogrov-smirnov dengan bantuan IBM SPSS Statistic 20. Kategori atau ketentuan yang digunakan dalam uji normalitas penelitian ini adalah jika signifikansi $> 0,05$ maka sebaran datanya dapat dikatakan terdistribusi normal, begitu juga sebaliknya jika signifikansi $< 0,05$ maka sebaran datanya dapat dikatakan tidak terdistribusi normal.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Gaya Hidup Hedonis	Perilaku Konsumtif
N		270	270
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	47.16	62.91
	Std. Deviation	14.270	19.062
Most Extreme Differences	Absolute	.092	.089
	Positive	.092	.089
	Negative	-.056	-.043
Kolmogorov-Smirnov Z		1.519	1.456
Asymp. Sig. (2-tailed)		.020	.029

Pada hasil uji normalitas diatas, variabel Gaya Hidup Hedonis pada penelitian ini diperoleh 0,20 dan variabel Perilaku Konsumtif diperoleh 0,29 maka sebaran dalam penelitian ini dikatakan berdistribusi normal.

Uji Linearitas

Uji Linearitas digunakan untuk mengetahui apakah distribusi data penelitian yaitu Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif memiliki hubungan linear atau tidak. Uji Linearitas ini dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS Statistic 20. Syarat agar variabel penelitian ini memiliki hubungan linear, nilai F hitung lebih besar dibandingkan F tabel atau $(p) < 0,05$. Hasil uji linearitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 6. Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Gaya Hidup Hedonis	Between Groups	(Combined)	6037,170	24	251,549	956,790	,000
		Linearity	5960,998	1	5960,998	22673,222	,000
		Deviation from Linearity	76,172	23	3,312	12,597	,000
Within Groups			78,873	300	,263		
Total			6116,043	324			

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai koefisien $F = 26,530$ dan $p = 0,000$. Signifikan atau P yang diperoleh sebesar $0,000$ atau $p < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada responden penelitian.

Uji Korelasi

Uji korelasi digunakan untuk mengetahui apakah hipotesa penelitian diterima atau ditolak. Pengujian hipotesa untuk penelitian ini adalah "terdapat hubungan positif antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif. Dalam penelitian ini, uji hipotesa menggunakan teknik analisa korelasi Pearson Product Moment dimana hasilnya dapat menunjukkan bagaimana tingkat ke-eratan antar variabel penelitian apakah positif atau negatif. Adapun hasil dari uji coba hipotesa yang telah dilakukan peneliti dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 7. Hasil Uji Korelasi

Correlations			
		Gaya Hidup Hedonis	Perilaku Konsumtif
Gaya Hidup Hedonis	Pearson Correlation	1	.920**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	270	270
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	.920**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	270	270

Dari hasil analisis korelasi Pearson Product Moment antara variabel Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif dapat diketahui bahwa nilai signifikasinya (p) sebesar $0,000$ ($\text{sig} < 0.05$) maka itu artinya dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan positif antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada mahasiswa penggemar K-pop di kota Medan. Selain itu, dapat dilihat juga bahwa nilai *Corelation Pearson* dari penelitian sebesar $r = 0,920$ sehingga dapat dikatakan bahwa korelasi antara variabel Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif adalah positif. Sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi Gaya Hidup Hedonis maka semakin tinggi juga Perilaku Konsumtif pada mahasiswa penggemar K-pop di kota Medan.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian ini terdapat hubungan positif yang signifikan antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif pada mahasiswa penggemar *K-pop* di kota Medan. Dengan hasil pengujian menunjukkan nilai $r = 0,920$ dengan $p = 0,000 (< 0,05)$ yang berarti hipotesis penelitian diterima, yang artinya semakin tinggi Gaya Hidup Hedonis maka Semakin Tinggi Perilaku Konsumtif penggemar K-Pop pada Mahasiswa Kota Medan, begitu sebaliknya Semakin rendah Gaya Hidup Hedonis maka semakin rendah Perilaku Konsumtif penggemar K-Pop pada Mahasiswa Kota Medan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Handayani (2022) terhadap 388 orang Mahasiswa UIN Suska Riau . Bahwa terdapat hubungan positif secara signifikan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada mahasiswa penggemar *K-Pop*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel yaitu variabel Gaya Hidup Hedonis dan variabel Perilaku Konsumtif saling berpengaruh satu sama lain. Sejalan juga dengan penelitian Anggriani & Santoso (2023) terhadap remaja sebanyak 143 orang dengan usia 18 – 21 tahun, bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja. Semakin tinggi gaya hidup hedonis seseorang, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah gaya hidup hedonis seseorang, maka perilaku konsumtifnya semakin rendah.

Hal ini didukung oleh pendapat Solomon (dalam Zahra et al., 2020) yang mengungkapkan bahwa sebagian besar remaja menggunakan uang untuk membeli produk-produk yang dapat memberikan kesenangan dan kepuasan pada diri mereka sendiri. Lebih lanjut pendapat dengan pendapat yang menyatakan bahwa kebanyakan orang yang berperilaku konsumtif dikarenakan keinginan mengikuti trend gaya hidup.

Oleh karena itu, Hasil Penelitian ini menggambarkan bahwa secara umum responden penelitian jika dilihat dari kategori subjek penelitian, Gaya Hidup Hedonis sedang dengan jumlah 119 orang dengan persentase (44,2%). Dan jika dilihat dari subjek penelitian, perilaku konsumtif sedang, dengan jumlah 131 orang dengan persentase (48,5%). Dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup Hedonis dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Penggemar *K-Pop* di Kota Medan berada pada kategori sedang..

Berdasarkan analisis aspek Gaya Hidup Hedonis ditemukan yang memiliki kategori paling tinggi adalah aspek aktivitas yaitu sebanyak 70 orang (25,5%) penggemar *K-Pop*. Menurut Engel, Blacwell, Miniard (1995) Aktivitas adalah suatu cara individu dalam mempergunakan waktunya yang diwujudkan dalam bentuk tindakan nyata yang dapat dilihat seperti lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah untuk bermain, hura-hura,

pergi ke pusat perbelanjaan maupun kafe, serta senang membeli barang-barang mahal yang sifatnya kurang diperlukan (konsumtif), suka dengan kegiatan bersenang senang yang penting bagi remaja adalah apa saja yang bersifat praktis, berapapun uang yang diberikan orang tua pasti habis dibelanjakan demi memuaskan nafsu semata-mata. Hasil penelitian Wahyudi (2013) terhadap remaja pengunjung Mall SCP menunjukkan bahwa remaja seringkali menghabiskan waktunya untuk berbelanja, jalan-jalan, atau hanya sekedar nongkrong di mall dengan alasan untuk memenuhi kepuasan diri dan kesenangan. Sedangkan aspek Gaya Hidup Hedonis Paling rendah paling banyak adalah aspek minat yaitu sebanyak 88 orang (32,7%).

Jika dilihat dari subjek Perilaku Konsumtif Berdasarkan kategorisasi aspek – aspek Perilaku Konsumtif, didapatkan aspek dengan kategorisasi tinggi yang paling banyak adalah aspek Barang Di Luar Jangkauan yaitu sebanyak 51 orang (25,9%). Menurut Froom (dalam Khairat et al., 2019) Pada aspek barang di luar jangkauan, individu cenderung melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan pemikiran rasional karna lebih memenuhi keinginan semata dan memaksa individu membeli barang diluar kemampuan finansialnya agar eksistensi dirinya tetap terjaga.

Seperti yang dinyatakan oleh Susanto Bahwa remaja yang memiliki kecenderungan gaya hidup hedonis biasanya akan berusaha agar sesuai dengan status sosial hedon, melalui gaya hidup yang tercermin dengan simbol-simbol tertentu, seperti merek- merek yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, dan segala sesuatu yang berhubungan serta dapat menunjukkan tingkat status sosial yang tinggi. Tujuan mahasiswa mengikuti trend ialah supaya diterima oleh lingkungan bergaulnya, terutama di kalangan remaja pemerhati tren juga (Anggraini & Santhoso, 2019). Sedangkan aspek Perilaku Konsumtif paling rendah paling banyak adalah aspek pemenuhan keinginan yaitu sebanyak 155 (57,5%). Penelitian oleh Rosandi (dalam Sukarno & Indrawati, 2020) terhadap mahasiswa Universitas Katolik Atma Jaya, menemukan bahwa terdapat adanya perbedaan perilaku konsumtif berdasarkan uang saku. Banyak atau sedikitnya jumlah uang saku yang dimiliki kemungkinan akan memengaruhi perilaku konsumtifnya. Hasil ini sejalan dengan pendapat Kotler & Amstrong yang menyatakan bahwa karakteristik sosioal ekonomi seseorang akan mempengaruhi cara perilaku konsumtif seseorang.

Peneliti juga melakukan analisis mengenai perbedaan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Komsumtif berdasarkan jenis kelamin yaitu, hasil uji tersebut diketahui bahwa Gaya Hidup Hedonis pada laki- laki dan perempuan memiliki perbedaan yang signifikan, dimana Gaya Hidup Hedonis pada laki-laki rendah dan Gaya Hidup Hedonis Perempuan sedang. Menurut Tambunan (dalam Sartika & Hudaniah, 2018), dalam hal berperilaku konsumtif

sangat berpengaruh, karena jika diperhatikan antara laki-laki dan perempuan, perempuan lebih senang membelanjakan uang yang ia miliki hanya untuk mengikuti fashion yang sedang trend. Perempuan tidak ingin dirinya terlihat ketinggalan jaman karena pakaian yang tidak sesuai dengan mode. Kebanyakan laki-laki tidak menyukai berbelanja seperti yang dilakukan oleh perempuan.

Pada saat proses pelaksanaan penelitian, peneliti menemui keterbatasan dan kekurangan dalam penelitian ini. Pertama, peneliti harus menayakan pada mahasiswa di Kota Medan siapa saja penggemar *K-Pop* yang sering membeli produk/barang bernuansa *K-Pop*, sehingga sangat sulit untuk mengumpulkan data. Kedua, jumlah subjek berdasarkan jenis kelamin belum tersebar secara merata, ketiga, dikarenakan ada sebagian proses pengumpulan data dilakukan secara *online*, Peneliti tidak dapat mengontrol langsung pada saat responden mengisi skala tersebut, sehingga ada beberapa tidak valid.

SIMPULAN

Pada hasil penelitian ini, akan dipaparkan kesimpulan berupa rangkuman dari penelitian yang telah dilakukan :

1. Hasil Penelitian ini menunjukkan analisis korelasi data terdapat hubungan positif yang signifikan antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif pada mahasiswa penggemar K-pop di kota Medan. Hasil pengujian korelasi antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif menunjukkan nilai $r = .920$ dengan $p = 0.000 (< 0.05)$ yang berarti hipotesis penelitian diterima, yang artinya semakin tinggi Gaya Hidup Hedonis maka Semakin Tinggi Perilaku Konsumtif penggemar K-Pop pada Mahasiswa Kota Medan, begitu sebaliknya Semakin rendah Gaya Hidup Hedonis maka semakin rendah Perilaku Konsumtif penggemar K-Pop pada Mahasiswa Kota Medan.
2. Dilihat dari kategori subjek penelitian, Gaya Hidup Hedonis bahwa sebanyak 1119 orang (42,2) penggemar K-pop memiliki Gaya Hidup Hedonis sedang, sementara subjek penelitian 131 orang (48,5%) memiliki Perilaku Konsumtif sedang. Secara umum, Gaya Hidup Hedonis dan perilaku konsumtif berada pada kategori sedang.
3. Berdasarkan kategorisasi aspek – aspek Gaya Hidup Hedonis didapatkan aspek dengan kategorisasi tinggi yang paling banyak adalah aspek aktivitas yaitu sebanyak 70 orang (25,5%), aspek dengan kategori sedang paling banyak adalah aspek opini yaitu sebanyak 225 (83.5), aspek dengan kategori rendah paling banyak adalah aspek minat yaitu sebanyak 88 (32,7%).
4. Berdasarkan kategorisasi aspek – aspek Perilaku Konsumtif didapatkan aspek dengan kategorisasi tinggi yang paling banyak adalah aspek Barang Di Luar Jangkauan yaitu

sebanyak 51 (25,9%), aspek dengan kategori sedang paling banyak adalah aspek Status yaitu sebanyak 147 (54,4), aspek dengan kategori rendah paling banyak adalah aspek pemenuhan yaitu sebanyak 155 (57,5%).

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, I. (2019). *Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Penggemar K-Pop Dewasa Awal*. Universitas Negeri Jakarta. [Http://Repository.Unj.Ac.Id/Id/Eprint/3084](http://Repository.Unj.Ac.Id/Id/Eprint/3084)
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2019). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja. *Gajah Mada Journal Of Psychology (Gamajop)*, 3(3), 131. <https://doi.org/10.22146/Gamajop.44104>
- Anindita, F., & Prihartanti, N. (2022). *Hubungan Celebrity Worship Dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Penggemar K-Pop*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Aqilah, N. A. (2022). *Perilaku Konsumtif Penggemar K-Pop Dalam Membeli Merchandise Di Kota Purwokerto*. Universitas Jenderal Soedirman. [Http://Repository.Unsoed.Ac.Id/Id/Eprint/19150](http://Repository.Unsoed.Ac.Id/Id/Eprint/19150)
- Camang, R. (2021). *Kontrol Diri Penggemar K-Pop Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Ada Dan Dakwah lain Parepare*. lain Parepare. [Http://Repository.lainpare.Ac.Id/Id/Eprint/3214](http://Repository.lainpare.Ac.Id/Id/Eprint/3214)
- Charistia, A. J., Matulesy, A., & Pratitis, N. (2022). Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Kontrol Diri Dan Celebrity Worship Penggemar Nct. *Inner: Journal Of Psychological Research*, 2(1), 96–107. <https://aksiologi.org/index.php/inner/article/view/485>
- Ciptaningtyas, P., & Prasetyo, A. R. (2022). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Merchandise Pada Remaja Penggemar Grup K-Pop Nct (Neo Culture Technology) Di Indonesia. *Jurnal Empati*, 11(6), 381–385. <https://doi.org/10.14710/Empati.0.36826>
- Damayanti, S. (2022). *Pengembangan Panduan Model Teknik Self Control Untuk Mengurangi Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar K-Pop*. Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri. <https://Repository.Unugiri.Ac.Id/Id/Eprint/2079>
- Dewi Angelia, C. (2023). *Hubungan Antara Konformitasterhadap Perilaku Konsumtif Pada Penggemar K-Pop Bts (Army)*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang. [Http://Repository.Unissula.Ac.Id/Id/Eprint/28843](http://Repository.Unissula.Ac.Id/Id/Eprint/28843)
- Fadillah, A. S., & Ratnasari, L. (2023). Fanaticism Of Consumptive Behavior Of Merchandise Purchasing In Student Boyband Fans. *Formosa Journal Of Science And Technology*, 2(1), 27–38. <https://doi.org/10.55927/Fjst.V2i1.2339>

- Fahirra, H., & Andjarwati, A. L. (2022). Pengaruh Korean Wave Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Album Official Bts (Studi Pada Army Indonesia). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 148–159. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n1.p148-159>
- Handayani, K. T. (2020). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap K-Pop Pada Mahasiswa Uin Suska Riau. *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.
- Irvani, S. P., Mahmudi, I., & Triningtyas, D. A. (2022). Pengaruh Celebrity Worship Dan Konformitas Teman Sebaya Terhadap Compulsive Buying Mahasiswa Penggemar K-Pop. *Prosiding Seminar Nasional Bimbingan Dan Konseling*, 6(1), 36–45.
- Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2019). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi. *Al-Qalb: Jurnal Psikologi Islam*, 9(2), 130–139. <https://doi.org/10.15548/alqalb.v9i2.861>
- Khairinal, K., Syuhada, S., & Sitinjak, R. S. (2022). Pengaruh Media Sosial, Konformitas, Dan Pendidikan Ekonomi Keluarga, Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas Xi Smk 1 Kota Jambi Tahun Pelajaran 2021/2022. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 923–938. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1184>
- Nadia, P. V., & Wafiroh, N. L. (2022). Financial Literacy, Lifestyle, Consumption Behavior Of K-Pop Fans In Covid-19 Pandemic With Religiosity As Moderating Variable. *Jurnal Akuntansi*, 12(2), 52–63.
- Putra, A. D., & Darmayanti, D. P. (2023). Perilaku Konsumtif Gay Di Kota Makassar. *Jurnal Ekonomi Dan Riset Pembangunan*, 1(2), 1–13. <https://doi.org/http://jurnalprofau.com/index.php/jerp/article/view/12>
- Putri, R. E., Sutieman, E., Noy, I. R., Marihi, L. O., & Pattiasina, V. (2022). The Influence Of Financial Literacy, Self-Control And Parents's Socio Economic Status On Students Consumptive Behavior. *Public Policy (Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik & Bisnis)*, 3(2), 125–140. <https://doi.org/10.51135/publicpolicy.v3.i2.p125-140>
- Sari, F., & Handayani, N. S. (2020). Kontrol Diri Dan Pembelian Impulsif Pakaian Pada Remaja Penggemar K-Pop. *Jurnal Psikologi*, 12(2), 179–188.
- Sartika, Y. D., & Hudaniah, H. (2018). Gaya Hidup Hedonis Dan Intensi Korupsi Pada Mahasiswa Pengurus Lembaga Intra Kampus. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 6(2), 213–231. <https://doi.org/10.22219/jipt.v6i2.7142>
- Simanjuntak, F. A., Hambali, H., & Primahardani, I. (2022). Studi Tentang Dampak Korean Wave Dalam Gaya Hidup Mahasiswa Universitas Riau. *Journal Of Science And Education Research*, 1(2), 19–22.

<https://jurnal.insanmulia.or.id/index.php/jser/article/view/18>

- Sri Fatimah Dalimunthe, Eka Sri Wahyuni, & Amimah Oktarina. (2022). Analisis Perilaku Konsumsi Penggemar K-Pop Berdasarkan Teori Konsumsi Al-Ghazali. *Ekoma: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 1(2), 284–295. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v1i2.478>
- Sukarno, N. F., & Indrawati, E. S. (2020). Hubungan Konformitas Teman Sebaya Dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Siswa Di Sma Pl Don Bosko Semarang. *Jurnal Empati*, 1(2), 710–715. <https://doi.org/10.14710/empati.2018.21702>
- Syamsuddin, L., & Akuba, S. Y. (2022). Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di Komunitas Penggemar K-Pop Army Gorontalo. *Elsia: Jurnal Psikologi Manusia*, 1(1), 16–23.
- Zahra, F., Mustaqimmah, N., & Hendra, M. D. (2020). Kekuatan Media Digital Pada Pembentukan Budaya Populer (Studi Pada Komunitas Moarmy Pekanbaru). *Komunikasiana: Journal Of Communication Studies*, 2(2), 109–122.