

PENGARUH *LIFE STYLE* TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK DI UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN MEDAN

Olan Geraldo¹, Natalia ET Sihombing², Kepler Sinaga³

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas HKBP Nommensen Medan

Email Korespondensi: olan.geraldo@student.uhn.ac.id

Korespondensi: natalia.sihombing@uhn.ac.id; kepler.sinaga@uhn.ac.id

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of lifestyle on the consumption behavior of students at the Faculty of Social and Political Sciences, HKBP Nommensen University, Medan. Lifestyle variables were measured through three indicators: activities, interests, and opinions. This research employed a quantitative method using a survey approach, with data collected from 194 respondents selected through simple random sampling. Data analysis was conducted using instrument tests, partial test (t-test), simultaneous test (F-test), and the coefficient of determination with the assistance of SPSS software. The results show that activities, interests, and opinions have a positive and significant effect on students' consumption behavior, both partially and simultaneously. The F-test obtained a value of $38.188 > 2.65$ with a significance level of 0.000, indicating that the independent variables jointly influence consumption behavior. The Adjusted R² value of 0.371 demonstrates that the three variables explain 37.1% of the variation in consumption behavior, while the remaining 62.9% is influenced by other factors outside this study, such as economic conditions, family influence, and social media. These findings highlight that students' lifestyle plays an important role in shaping their consumption patterns. Therefore, students are expected to manage their lifestyle wisely to avoid excessive and consumptive behavior.

Keywords: Lifestyle, Activities, Interests, Opinions, Consumption behavior.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup (life style) terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas HKBP Nommensen Medan. Variabel gaya hidup dalam penelitian ini diukur melalui tiga indikator, yaitu kegiatan (activity), minat (interest), dan pendapat (opinion). Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 194 responden yang dipilih dengan teknik simple random sampling. Analisis data dilakukan menggunakan uji instrumen, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), serta uji koefisien determinasi dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kegiatan, minat, dan pendapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa baik secara parsial maupun simultan. Uji F menunjukkan nilai F-hitung $38,188 > F\text{-tabel } 2,65$ dengan signifikansi 0,000, yang berarti seluruh variabel independen secara bersama-sama memengaruhi perilaku konsumsi. Nilai Adjusted R² sebesar 0,371 menunjukkan bahwa ketiga variabel mampu menjelaskan 37,1% variasi perilaku konsumsi, sedangkan 62,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini seperti kondisi ekonomi, pengaruh keluarga, dan media sosial. Temuan ini menegaskan bahwa gaya hidup mahasiswa memiliki peranan penting dalam membentuk pola konsumsi mereka. Dengan demikian, mahasiswa diharapkan mampu mengelola gaya hidup secara bijak agar tidak terjebak pada perilaku konsumtif yang berlebihan.

Kata kunci: Gaya hidup, Kegiatan, Minat, Pendapat, Perilaku konsumsi.

PENDAHULUAN

Aktivitas konsumsi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Konsumsi tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan dasar, tetapi juga oleh keinginan emosional

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

416

Indexed



SINTA 5

PKP|INDEX



dan sosial individu. Dalam konteks mahasiswa, perilaku konsumsi menjadi semakin kompleks seiring dengan perubahan zaman, khususnya di era globalisasi dan digitalisasi. Salah satu faktor penting yang memengaruhi pola konsumsi mahasiswa saat ini adalah gaya hidup (lifestyle).

Perubahan gaya hidup mahasiswa dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, arus informasi yang cepat, serta penetrasi media sosial yang sangat kuat. Gaya hidup tidak lagi sekadar mencerminkan tingkat ekonomi atau kebutuhan, melainkan menjadi simbol identitas, eksistensi diri, dan status sosial (Bourdieu, 1984:114–115). Di kalangan mahasiswa, gaya hidup berkembang menjadi pola perilaku yang menunjukkan cara berpikir, bertindak, dan berinteraksi dengan lingkungan sosial, termasuk dalam memilih barang dan jasa untuk dikonsumsi.

Menurut Adler (2013:257), “Gaya hidup adalah cara unik setiap individu dalam berjuang mencapai tujuan tertentu, yang mencerminkan nilai-nilai dan kepercayaan yang dianut”. Pernyataan ini menunjukkan bahwa gaya hidup bersifat individual namun dapat membentuk kebiasaan kolektif, terutama dalam kelompok sosial tertentu seperti mahasiswa. Dalam kehidupan kampus, gaya hidup mahasiswa tidak hanya tercermin dari cara berpakaian atau berpenampilan, tetapi juga dari kebiasaan mengonsumsi produk atau jasa, seperti nongkrong di kafe, mengikuti tren fashion, menggunakan gadget terbaru, hingga perilaku konsumtif di pusat perbelanjaan. Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran dari pola konsumsi berdasarkan kebutuhan menjadi konsumsi yang didorong oleh keinginan, tren, dan pengaruh sosial.

Media sosial memiliki peran besar dalam membentuk gaya hidup dan memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa. Menurut Kuss dan Griffiths (2017:311), “Media sosial telah menjadi platform utama yang memengaruhi perilaku konsumsi, di mana individu terpapar pada berbagai konten yang membentuk persepsi mereka tentang apa yang dianggap sebagai norma sosial.” Mahasiswa yang aktif di media sosial cenderung lebih mudah terpengaruh oleh promosi digital, endorsement dari influencer, dan tren gaya hidup yang sedang populer.

Perilaku konsumsi mahasiswa kini tidak lagi berfokus pada pemenuhan kebutuhan fungsional, tetapi lebih pada dorongan emosional dan psikologis. Konsumsi menjadi sarana untuk mengekspresikan diri, meningkatkan kepercayaan diri, serta memperoleh pengakuan dari lingkungan sosial. Menurut Solomon (2017:174–176) menjelaskan bahwa “Perilaku konsumsi sering kali dipengaruhi oleh faktor emosional, di mana individu mencari kepuasan dan pengakuan melalui barang yang mereka beli”.

Di sisi lain, tidak semua mahasiswa memiliki kemampuan finansial yang memadai untuk memenuhi gaya hidup konsumtif tersebut. Hal ini menimbulkan ketidakseimbangan antara gaya hidup yang diinginkan dengan kemampuan ekonomi yang dimiliki. Menurut Putri (2020:1418–1420), mahasiswa di kota besar kerap terdorong oleh lingkungan sosial untuk mengadopsi gaya hidup konsumtif yang tidak sesuai dengan kondisi finansial mereka. Akibatnya, banyak mahasiswa yang bergantung pada pinjaman, bantuan orang tua, atau beasiswa untuk memenuhi gaya hidup tersebut. Ketidaksihinggaan antara gaya hidup dan kondisi keuangan dapat berdampak negatif, seperti pemborosan, stres, bahkan masalah kesehatan mental. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana gaya hidup memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa, agar dapat ditemukan strategi yang tepat dalam mengelola konsumsi secara bijak dan sesuai dengan kemampuan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, baik dari aspek psikologis, sosial, maupun ekonomi. Fenomena ini menjadi penting untuk diteliti guna memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai pola konsumsi mahasiswa saat ini serta implikasinya terhadap kehidupan akademik dan sosial mereka.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang berguna untuk membuktikan hipotesis yang telah dirumuskan dari rumusan masalah. Umumnya banyak peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif karena hemat, waktu, biaya, tenaga dan bisa dilakukan di mana saja. Penelitian kuantitatif ini adalah jenis penelitian yang rincian

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

417

Indexed



SINTA 5

PKP|INDEX



spesifiknya disistematiskan, direncanakan, dan disusun dengan jelas sejak awal hingga dibuatnya rencana penelitian, baik dari segi tujuan penelitian, subjektivitas penelitian, sampel data, dan metodologi (dari pengumpulan data hingga analisis data). Penelitian ini menggunakan bantuan SPSS 25.

PEMBAHASAN

Definisi Life Style

Gaya hidup (*Life Style*) adalah pola perilaku yang mencerminkan nilai-nilai, minat, dan kebiasaan individu dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Adler (2020), "Gaya hidup adalah cara unik setiap individu dalam berinteraksi dengan lingkungan sosial dan budaya mereka, yang mencerminkan pilihan dan prioritas hidup." Gaya hidup dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk budaya, pendidikan, dan lingkungan sosial. Dalam konteks mahasiswa, gaya hidup sering kali dipengaruhi oleh tren yang berkembang di masyarakat, terutama melalui media sosial. Kuss dan Griffiths (2017:311) menyatakan bahwa "Media sosial berperan penting dalam membentuk gaya hidup generasi muda, di mana mereka terpapar pada berbagai konten yang mempengaruhi cara mereka berperilaku dan berbelanja." Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup mahasiswa saat ini cenderung lebih konsumtif dan terpengaruh oleh norma-norma sosial yang ada.

Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Life Style

Gaya hidup individu dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berinteraksi. Berikut adalah beberapa faktor utama yang dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang:

1. Budaya

Budaya adalah salah satu faktor paling signifikan yang mempengaruhi gaya hidup. Nilai-nilai, norma, dan tradisi yang dianut oleh suatu kelompok masyarakat membentuk cara individu berperilaku dan berinteraksi. Menurut Hofstede (2001:9), "Budaya mempengaruhi cara orang berpikir, merasakan, dan bertindak". Misalnya, dalam budaya yang menekankan kesederhanaan, individu mungkin lebih cenderung untuk mengadopsi gaya hidup yang hemat dan tidak konsumtif, sementara dalam budaya yang menghargai status sosial, individu mungkin lebih cenderung untuk mengkonsumsi barang-barang mewah.

2. Ekonomi

Kondisi ekonomi individu, termasuk pendapatan dan akses ke sumber daya, sangat mempengaruhi pilihan gaya hidup. Menurut Bourdieu (1984:114-115), "Modal ekonomi dan sosial berperan penting dalam menentukan gaya hidup individu". Individu dengan pendapatan yang lebih tinggi cenderung memiliki akses yang lebih baik terhadap barang dan jasa, yang memungkinkan mereka untuk mengadopsi gaya hidup yang lebih konsumtif. Sebaliknya, individu dengan keterbatasan finansial mungkin terpaksa membuat pilihan yang lebih hemat dan praktis.

3. Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial, termasuk keluarga, teman, dan komunitas, juga berperan penting dalam membentuk gaya hidup. Pengaruh sosial dapat mendorong individu untuk mengadopsi pola perilaku tertentu, baik positif maupun negatif. Menurut Putri (2020:45-52), "Mahasiswa yang bergaul dengan teman-teman yang memiliki gaya hidup konsumtif cenderung lebih mudah terpengaruh untuk mengikuti pola perilaku yang sama". Lingkungan sosial dapat menciptakan norma-norma yang mempengaruhi keputusan individu dalam berbelanja, beraktivitas, dan berinteraksi.

4. Pendidikan

Tingkat pendidikan individu dapat mempengaruhi pemahaman mereka tentang kesehatan, keberlanjutan, dan pola konsumsi. Menurut McCulloch (2017:69-85), "Pendidikan yang lebih tinggi sering kali berkorelasi dengan kesadaran yang lebih besar tentang isu-isu sosial dan lingkungan". Individu yang terdidik cenderung lebih kritis dalam memilih gaya hidup yang sehat dan berkelanjutan, serta lebih sadar akan dampak dari perilaku konsumtif mereka.

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

418

Indexed



SINTA 5

PKP|INDEX



5. Media dan Teknologi

Media, termasuk media sosial, memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk gaya hidup. Menurut Kuss dan Griffiths (2017:311), "Media sosial berperan penting dalam membentuk gaya hidup generasi muda, di mana mereka terpapar pada berbagai konten yang mempengaruhi cara mereka berperilaku dan berbelanja". Teknologi juga memudahkan akses informasi dan produk, yang dapat mendorong individu untuk mengadopsi gaya hidup tertentu, seperti belanja online atau mengikuti tren terbaru.

6. Faktor Psikologis

Faktor psikologis, seperti kepribadian, motivasi, dan nilai-nilai individu, juga mempengaruhi gaya hidup. Menurut Maslow (1943:382-383), "Kebutuhan individu, mulai dari kebutuhan dasar hingga kebutuhan aktualisasi diri, mempengaruhi pilihan gaya hidup mereka". Individu yang memiliki motivasi untuk mencapai status sosial tertentu mungkin lebih cenderung untuk mengadopsi gaya hidup yang konsumtif, sementara individu yang lebih fokus pada kesejahteraan pribadi mungkin memilih gaya hidup yang lebih sederhana dan sehat.

Jenis Jenis Life Style

Life style (gaya hidup) tiap individu tentunya berbeda-beda, berikut jenis-jenis dari *life style* antara lain:

1. *Funcionalist*

Gaya hidup ini yang paling utama dan hampir dilakukan oleh semua kalangan masyarakat. Definisi gaya hidup *funcionalists* adalah penggunaan harta yang dihabiskan untuk suatu hal penting seperti pendidikan, kesehatan, dan tempat tinggal yang sifatnya sewa. Gaya hidup tersebut biasanya terjadi pada pekerja buruh pabrik, kuli bangunan, dan pekerja kasar lainnya.

2. *Nurturers*

Gaya hidup *nurturers* merupakan jenis gaya hidup yang terjadi pada pasangan yang baru menikah, yang mana pendapatan yang dimiliki akan diprioritaskan untuk hal-hal yang dapat menunjang rumah tangga mereka agar lebih sejahtera, nyaman, tenteram dan damai.

3. *Aspirers*

Aspirers merupakan jenis gaya hidup golongan orang-orang yang menghabiskan pendapatannya untuk kepentingan status sosial. Orang-orang seperti ini menyukai hal-hal yang mewah dan bermerek dan memiliki anggapan bahwa dengan memiliki barang-barang yang mewah dan bermerek maka relasi atau koneksi dalam hal pekerjaan akan datang menghampiri.

4. *Experientials*

Experientials merupakan jenis gaya hidup orang-orang yang menghabiskan pendapatannya untuk hal-hal yang berkaitan dengan kesenangan, seperti liburan, hobi, hiburan dan lain sebagainya. Gaya hidup seperti ini biasanya diterapkan oleh para pengusaha yang memiliki pendapatan yang tinggi.

5. *Succeeders*

Succeeders merupakan jenis gaya hidup yang pendapatannya dikeluarkan untuk meningkatkan usaha yang dimiliki. Orang-orang yang memiliki gaya hidup *succeeders* lebih banyak menghabiskan pendapatan mereka untuk urusan investasi jangka panjang dan tidak membelanjakan harta mereka pada hal-hal yang tidak diperlukan untuk sekedar memenuhi keinginan mereka semata. Gaya hidup *succeeders* dapat dijumpai pada para pengusaha besar dan sudah terkenal dimana-mana.

6. *Moral Majority*

Moral majority merupakan jenis gaya hidup golongan orang-orang yang menghabiskan pendapatannya untuk hal-hal yang berkaitan dengan urusan lembaga politik, lembaga agama dan organisasi-organisasi lain. Orang-orang seperti ini sering disebut dengan donator. Mereka memiliki anggapan bahwa dengan menjadi donator pendapatan mereka akan selalu bertambah dan tidak ada orang yang kemudian menjadi miskin setelah bersedekah.

7. *The Golden Years*

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

The Golden years memiliki arti tahun emas yang mana kejayaan didapatkannya. *Golden years* merupakan golongan orang-orang yang sudah pensiun dan memiliki pendapatan di usia senja serta tidak memiliki tanggungan. Mereka cenderung lebih suka menghabiskan pendapatannya untuk renovasi rumah.

8. *Sustainers*

Gaya hidup *sustainers* merupakan golongan orang tua yang telah pensiun dan hanya memiliki pendapatan dari pensiunan yang

Dibelanjakan untuk kebutuhannya sehari-hari serta hal-hal yang tidak penting seperti alkohol, judi dan lain sebagainya.

9. *Subsisters*

Subsisters merupakan jenis gaya hidup bagi golongan orang-orang yang sudah sejahtera sejak mereka lahir hingga mati. Orang-orang seperti ini umumnya terlahir di keluarga kaya yang memiliki perusahaan yang akan diturunkan sesuai silsilah keluarga.

Indikator Life Style

Ada tiga indikator *life style* (gaya hidup) seseorang antara lain:

a) Kegiatan (*Activity*)

Kegiatan dengan pertanyaan apa yang dikerjakan seseorang, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang mereka lakukan untuk mengisi waktu luang, serta berbagai aktivitas lainnya. Kegiatan biasanya dapat diamati.

b) Minat (*Interest*)

Minat berhubungan dengan kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup seseorang, minat juga berkaitan dengan objek, peristiwa, atau topic tertentu yang menjadi perhatian khusus maupun terus menerus bagi seseorang, menjadi pusat perhatian.

c) Opini (*opinion*)

Opinion merupakan pendapat pandangan dan perasaan seseorang dalam menanggapi isu-isu tertentu. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan, dan evaluasi seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain,antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa yang akan datang, dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternative.

Definisi Perilaku Konsumsi

Perilaku konsumsi adalah tindakan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Perilaku ini dipengaruhi oleh faktor internal seperti psikologis dan pribadi, serta faktor eksternal seperti budaya dan lingkungan sosial. Menurut Solomon (2017:29) perilaku konsumsi adalah “proses yang dilalui individu atau kelompok dalam pemilihan, pembelian, penggunaan, dan penilaian terhadap produk atau jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka”. Dalam konteks mahasiswa, perilaku konsumsi tidak hanya mencakup pembelian barang dan jasa untuk kebutuhan sehari-hari, tetapi juga mencerminkan nilai, gaya hidup, dan preferensi sosial yang berkembang seiring perubahan zaman dan teknologi.

Faktor Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi

Beberapa faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa antara lain:

1. Faktor Budaya

Budaya menentukan nilai, persepsi, dan preferensi seseorang terhadap barang dan jasa. Budaya juga menciptakan norma konsumsi dalam suatu kelompok sosial (Hofstede, 2001:9).

2. Faktor Sosial

Keluarga, kelompok referensi, dan status sosial sangat memengaruhi kebiasaan konsumsi individu. Mahasiswa yang berada di lingkungan dengan gaya hidup konsumsi tinggi cenderung menyesuaikan

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

420

Indexed



SINTA 5

PKP|INDEX



perilakunya dengan kelompok tersebut (Putri, 2020:45–52).

3. Faktor Pribadi

Usia, pekerjaan, pendapatan, dan gaya hidup merupakan faktor pribadi yang membentuk pola konsumsi. Mahasiswa dengan pendapatan lebih tinggi memiliki kecenderungan untuk mengonsumsi lebih banyak dibandingkan yang memiliki keterbatasan ekonomi (McCulloch, 2017:73).

4. Faktor Psikologis

Motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap individu terhadap produk atau merek tertentu sangat mempengaruhi keputusan konsumsi (Maslow, 1943:382-383).

5. Faktor Teknologi dan Media

Akses terhadap media digital dan platform e-commerce membuat proses konsumsi menjadi lebih cepat dan impulsif. Media sosial juga mempengaruhi mahasiswa dalam memilih produk yang sedang tren (Kuss & Griffiths, 2017:311).

Indikator Perilaku Konsumsi

Indikator perilaku konsumsi mahasiswa bisa dirumuskan dari perspektif psikologis, sosial, dan kognitif. Berbagai indikator itu dirancang berdasarkan pandangan para ahli, sebagai berikut:

1. Kebutuhan Fungsional

Mengacu pada pembelian yang didasari oleh kebutuhan yang sebenarnya atau manfaat praktis dari suatu barang. Pernyataan ini sejalan dengan pandangan Engel, Blackwell, dan Miniard (1995:6) yang menyatakan bahwa proses konsumsi berawal dari pengenalan kebutuhan.

2. Kebutuhan Simbolik (Status Sosial)

Konsumen membeli sebuah produk untuk memperlihatkan identitas, posisi sosial, atau gaya hidup tertentu. Solomon (2017:174–176) menyatakan bahwa keinginan untuk mengekspresikan diri dan memperoleh pengakuan sosial sering kali memotivasi perilaku konsumsi.

3. Pengaruh Sosial

Individu dipengaruhi oleh lingkungan sosial, seperti keluarga, sahabat, atau media sosial, dalam proses pengambilan keputusan konsumsi. Hal ini sejalan dengan teori Schiffman dan Kanuk (2004:8) yang menyatakan bahwa perilaku konsumsi dipengaruhi oleh kelompok referensi dan norma sosial.

4. Preferensi Merek

Keputusan konsumen untuk memilih merek tertentu mencerminkan pola perilaku konsumsi yang dipengaruhi oleh pandangan terhadap kualitas, pengalaman masa lalu, atau nilai simbolik produk. Engel et al. (1995:172) mendefinisikan preferensi merek sebagai elemen dari penilaian alternatif sebelum melakukan pembelian.

5. Kepuasan Emosional

Membeli produk untuk memenuhi kebutuhan emosional seperti bahagia, bangga, atau merasa puas. Assael (2001:139) mengemukakan bahwa penilaian setelah membeli mencerminkan tingkat kepuasan emosional yang diperoleh dari produk atau layanan.

Dampak perilaku konsumsi

Perilaku konsumsi mahasiswa membawa berbagai dampak, baik itu positif maupun negative.

Dampak positif:

1. Belanja yang tepat bisa membuat hidup lebih nyaman dan memenuhi kebutuhan sehari-hari.
2. Aktivitas belanja juga bisa mendorong perekonomian, terutama di toko-toko dan jasa.
3. Belanja juga bisa jadi cara untuk mengekspresikan diri dan menunjukkan siapa diri sendiri di tengah orang lain.

Dampak negatif:

1. Potensi konsumsi berlebihan jika tidak diiringi dengan literasi keuangan.
2. Ketergantungan terhadap gaya hidup dan citra yang dibangun oleh media sosial.
3. Ketidakseimbangan antara pengeluaran dan pendapatan yang dapat memicu stres keuangan.

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

421

Indexed



SINTA 5

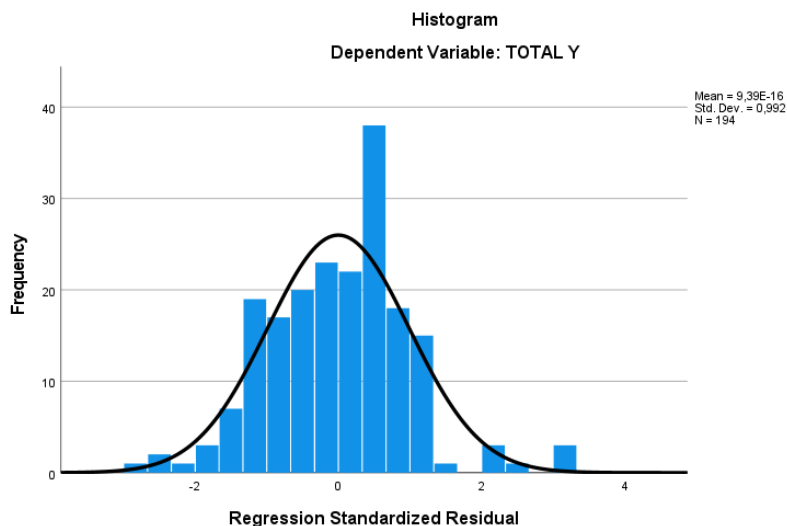
PKP|INDEX



Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji model analisis jalur, apakah variabel dependen dan independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan tiga langkah pertama, grafik histogram distribusi normal merupakan distribusi yang simetris berbentuk lonceng dimana sebagian besar data terpusat disekitar mean dan semakin sedikit data yang berada di ujungnya. Kedua, uji normalitas dengan dasar pengambilan keputusan probability plot dikatakan berdistribusi normal jika titik-titik (data residual) mengikuti garis diagonal. Ketiga, uji normalitas menggunakan one sample kolmogrov smirnov dengan kriteria pengujian jika nilai sign $> 0,05$ = normal sebaliknya jika nilai sign $< 0,05$ = tidak normal.

Gambar 1: Uji Normalitas Histogram

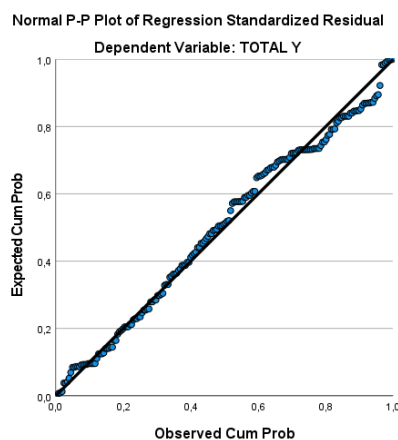


Sumber: Hasil Olah Data primer SPSS 27 (2025)

Berdasarkan grafik histogram diatas untuk variabel dependen Perilaku konsumsi, terlihat bahwa distribusi residual simetris sesuai dengan distribusi normal. Dengan nilai residual dimulai dari -2 yang dan sebagian besar nilai residual terpusat disekitar nilai nol, dengan frekuensi menurun bertahap ke arah empat distribusi. Kurva yang normal akan membentuk seperti lonceng dan berada ditengah.

Uji normalitas selanjutnya dilakukan dengan menggunakan P-P Plot.

Gambar 2: Uji Normalitas P-Plot



Sumber: Hasil Olah Data primer SPSS 27 (2025)

Berdasarkan gambar di atas hasil uji normalitas menggunakan normal P-Plot Of Regression Standardizes Residual, dapat dilihat bahwa titik-titik mengikuti garis diagonal, yang merupakan garis referensi distribusi normal. Hal ini menunjukkan bahwa distribusi residual normal. Dengan demikian, disimpulkan bahwa asumsi normalitas data residual terpenuhi. Selain uji normalitas Histogram dan P-Plot uji normalitas juga menggunakan One Sample Kolmogorov Smirnov dengan model regresi dikatakan normal apabila memenuhi kriteria pengujian yaitu, jika nilai $sign > 0,05 =$ normal sebaliknya jika nilai $sign < 0,05 =$ tidak normal.

Tabel 1: Uji Normalitas One Sample Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual	
N		194	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	4,82225466	
Most Extreme Differences	Absolute	,069	
	Positive	,069	
	Negative	-,056	
Test Statistic		,069	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,054	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	,057	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,023
		Upper Bound	,031
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.			

Sumber: Hasil Olah Data primer SPSS 27 (2025)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai Asymp.Sig.(2 tailed)^c adalah 0,054 dengan nilai sign.0,05. Dapat disimpulkan bahwa 0,054 > 0,05 jadi data tersebut terdistribusi normal sesuai dengan kriteria pengujian yang telah ditentukan dan dapat dilanjutkan ke uji analisis berikutnya.

Uji Multikolenieritas. Uji multikolenieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel independent Kegiatan (*activity*), Minat (*interest*) dan Opini (*opinion*) terhadap Perilaku Konsumsi. Model regresi yang baik itu tidak adalah adanya kolerasi antara variabel independent. Sebaliknya jika terdapat kolerasi sesama variabel independent maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Multikolenieritas dapat diuji dengan menggunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. $VIF > 10$ (0,1) terjadi multikolenieritas
2. $VIF < 10$ (0,01) tidak terjadi multikolenieritas

Tabel 2: Uji Multikolenieritas

		Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	TOTAL X1	.556	1.797
	TOTAL X2	.556	1.797
	TOTAL X3	.556	1.797
a. Dependent Variable: TOTAL Y			

Sumber: Hasil Olah Data primer SPSS 27 (2025)

Dapat disimpulkan dari tabel diatas bahwa nilai VIF 1,797 < 10 (0,01) dimana tidak terjadi multikolenieritas antara variabel-variabel independent dalam model ini. Dengan hasil ini menunjukkan

bahwa pengaruh Kegiatan (*activity*), Minat (*interest*) dan Opini (*opinion*) terhadap Perilaku Konsumsi dapat di analisis secara independen satu sama lain.

Pengaruh Kegiatan (*Activity*) Terhadap Perilaku Konsumsi

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas, semua pernyataan pada variabel Kegiatan dinyatakan valid ($r\text{-hitung} > r\text{-tabel } 0,1409$) dan reliabel (Cronbach's Alpha = $0,786 > 0,60$). Artinya, instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel ini tepat dan konsisten.

Pada uji asumsi klasik, variabel ini terbebas dari masalah multikolinearitas ($VIF < 10$) dan heteroskedastisitas. Dengan demikian, data layak digunakan untuk analisis regresi.

Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel X1 adalah positif sebesar $0,082$, yang berarti peningkatan aktivitas mahasiswa akan diikuti oleh peningkatan perilaku konsumsi.

Kemudian pada uji parsial (t-test), diperoleh nilai t-hitung $6,453 > t\text{-tabel } 1,65291$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa Kegiatan (*Activity*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumsi. Artinya, semakin banyak aktivitas yang diikuti mahasiswa, semakin besar pula kebutuhan tambahan yang mendorong perilaku konsumtif, misalnya biaya transportasi, perlengkapan, atau gaya hidup sosial.

Pengaruh Minat (*Interest*) Terhadap Perilaku Konsumsi

Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas, seluruh item pada variabel Minat valid dan reliabel (Cronbach's Alpha = $0,735 > 0,60$). Hal ini menunjukkan instrumen yang digunakan tepat dan konsisten dalam mengukur minat mahasiswa.

Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan koefisien regresi X2 sebesar $0,180$, yang berarti adanya pengaruh positif minat terhadap perilaku konsumsi.

Pada uji parsial (t-test), variabel Minat memperoleh nilai t-hitung $8,501 > t\text{-tabel } 1,65291$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, Minat berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumsi. Temuan ini menegaskan bahwa semakin besar minat mahasiswa pada suatu produk, tren, atau aktivitas, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk mengonsumsi. Hal ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa minat adalah faktor psikologis yang berperan penting dalam keputusan pembelian.

Pengaruh Pendapat (*Opinion*) Terhadap Perilaku Konsumsi

Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan semua item pernyataan pada variabel Pendapat valid dan reliabel (Cronbach's Alpha = $0,672 > 0,60$).

Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa koefisien regresi X3 sebesar $0,831$, yang berarti variabel Pendapat memiliki pengaruh paling besar terhadap perilaku konsumsi dibandingkan X1 dan X2.

Pada uji parsial (t-test), variabel Pendapat memiliki nilai t-hitung $10,643 > t\text{-tabel } 1,65291$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya, Pendapat berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumsi. Hasil ini menegaskan bahwa opini yang terbentuk dari lingkungan sosial, teman sebaya, maupun media sosial sangat kuat mendorong mahasiswa untuk melakukan konsumsi. Faktor ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa bukan hanya dipengaruhi kebutuhan dan minat pribadi, tetapi juga oleh pengaruh eksternal.

Pengaruh Kegiatan (*Activity*), Minat (*Interest*) Dan Opini (*Opinion*) Terhadap Perilaku Konsumsi

Hasil uji simultan (F-test) menunjukkan F-hitung $38,188 > F\text{-tabel } 2,65$ dengan signifikansi $0,000$. Hal ini membuktikan bahwa variabel Kegiatan, Minat, dan Pendapat secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumsi.

Sementara itu, hasil koefisien determinasi ($Adjusted R^2 = 0,371$) menunjukkan bahwa ketiga variabel independen mampu menjelaskan $37,1\%$ variasi Perilaku Konsumsi mahasiswa, sedangkan sisanya sebesar $62,9\%$ dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini, misalnya gaya hidup, faktor ekonomi, atau

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

424

Indexed



SINTA 5

PKP|INDEX



pengaruh media sosial.

KESIMPULAN

Implementasi fungsi pengawasan BPD di Desa Hilifarokhalawa meliputi pengawasan preventif, represif, dan penyaluran aspirasi masyarakat, namun pelaksanaannya belum maksimal. Faktor pendukungnya adalah adanya regulasi yang jelas, hubungan kerja yang baik antara BPD dan Kepala Desa, serta dukungan tokoh masyarakat. Faktor penghambatnya adalah keterbatasan pemahaman teknis anggota BPD, minimnya pelatihan, dan terbatasnya dana operasional.

REFERENSI

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Edward III, G. C. (1980). *Implementing Public Policy*. Congressional Quarterly Press.
- Handyaningrat, S. (2002). *Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen*. CV. Haji Masagung.
- Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia. (2014). *Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa*. Jakarta: Kemendagri.
- Lubis, H. (2020). Peran BPD dalam Good Governance Pemerintahan Desa. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 4(1), 78–88.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, S. (2006). *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Bumi Aksara.
- Prasetyo, R. A. (2019). Good Governance dalam Penyelenggaraan Pemerintahan Desa. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 9(1), 41–50.
- Rahayu, F., & Yuliana, Y. (2020). Analisis Implementasi Kebijakan Publik: Studi Kasus pada Pemerintah Daerah. *Jurnal Administrasi Publik*, 12(1), 34–45.
- Rijal, M. (2021). Implementasi Fungsi Pengawasan BPD dalam Penyelenggaraan Pemerintah Desa. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 11(2), 125–135.
- Saputra, A. (2018). Pengawasan dalam Organisasi Publik: Sebuah Tinjauan Teoritis. *Jurnal Administrasi Publik*, 6(2), 23–30.
- Simanjuntak, J. (2022). Evaluasi Kinerja BPD dalam Melaksanakan Fungsi Pengawasan di Desa. *Jurnal Administrasi Publik*, 8(3), 301–312.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- United Nations Development Programme (UNDP). (1997). *Governance for Sustainable Human Development*. New York: UNDP.
- Wibawa, S. (2012). *Politik Lokal dan Implementasi Kebijakan Publik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.