**BUDAYA KONSUMERISME DI KALANGAN MAHASISWA
UNIVERSITAS NEGERI MEDAN PRODI PENDIDIKAN
EKONOMI STAMBUK 2018**

Dwi Wulandari¹, Fila Destia Dinanti², Intan Permata Sari Br Sembiring³, Patricia
Intan Karonesia Br Tarigan⁴, Vini Alvionita Br Sitepu⁵

Pendidikan Ekonomi
Uninersitas Negeri Medan
Email : intanpermatasaribrsembiring@gmail.com

Abstrak

Budaya konsumerisme dianggap sebagai budaya yang harus melekat pada masyarakat seolah-olah untuk memperoleh sebuah identitas maka mereka harus memilih sebuah gaya hidup yang menganut kepada budaya konsumerisme. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana budaya konsumerisme dikalangan mahasiswa universitas negeri medan prodi pendidikan ekonomi stambuk 2018. Teknik pengambilan sampel menggunakan Total Sampling. Data diperoleh melalui angket secara online menggunakan media google form. metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Dari penelitian yang dilakukan diperoleh hasil bahwa ada budaya konsumerisme dikalangan mahasiswa universitas negeri medan prodi pendidikan ekonomi stambuk 2018. Hal ini terlihat bahwa kadang-kadang mahasiswa universitas negeri medan prodi pendidikan ekonomi stambuk 2018 membeli sesuatu secara berlebihan tanpa memikirkan kebutuhan

Kata Kunci: Budaya Konsumerisme, Mahasiwa

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Globalisasi membawa banyak perubahan di dalam kehidupan manusia seperti pola hidup, pengetahuan, budaya, adat istiadat, dan sebagainya. Pola hidup masyarakat yang awalnya berbelanja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya berubah menjadi berbelanja melebihi kebutuhannya, yang sering disebut sebagai konsumerisme. Konsumerisme ini hampir dialami oleh seluruh lapisan masyarakat termasuk dikalangan mahasiswa. Jamil, Dkk (2018) menyatakan bahwa

Perubahan paling mendasar di abad globalisasi ini adalah perubahan ke arah masyarakat konsumen yang menciptakan budaya konsumeris dan gaya hidup konsumerisme. Di dalamnya terdapat sebuah konsep kapitalisme. Sebuah kondisi yang di dalamnya hampir seluruh energi dipusatkan bagi pelayanan hawa nafsu, nafsu kebendaan, kekayaan, kekuasaan, seksual, ketenaran, popularitas, kecantikan, kebugaran, keindahan, kesenangan sementara hanya menyisakan sedikit ruang bagi penajaman hati, penumbuhan kebijaksanaan, peningkatan kesalehan, dan pencerahan spiritual.

Gaya hidup masyarakat di zaman sekarang sudah mengikuti gaya hidup modern yang dapat dilihat dari cara mengenakan barang yang bermerek atau barang yang trend, seperti ponsel, baju, aksesoris, dan lain sebagainya. Budaya konsumerisme dianggap sebagai budaya yang harus melekat pada masyarakat seolah-olah untuk memperoleh sebuah identitas maka mereka harus memilih sebuah gaya hidup yang menganut kepada budaya konsumerisme. Sebuah gengsi menjadi panutan utama dalam pola konsumsi sehingga akan menghasilkan konsumerisme. Sehingga gaya hidup yang seperti itu menjadi bagian dari manusia yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupannya. Octaviana, Rina (2020).

Fenomena perilaku konsumtif mahasiswa adalah perilaku yang mencerminkan “serba instan” atau perilaku yang tidak mengindahkan proses, bahkan tidak peduli dengan proses. Kebutuhan mahasiswa dewasa ini bukan sekadar UKT (Uang Kuliah Tunggal) dan finansial semata, tetapi juga kebutuhan lain untuk menunjang penampilan dan gengsinya. Bahkan, konsumtif cenderung mengarah pada gaya hidup glamor, boros, dan hedon. Perilaku konsumtif ini kemudian dianggap lazim dialami pada masa-masa remaja, terutama pada mahasiswa. Remaja terkesan senang dengan perilaku yang berbau konsumtif dan hedon (kesenangan/kenikmatan). Rohman, A. (2016).

Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, bagaimana budaya konsumerisme dikalangan mahasiswa universitas negeri medan prodi pendidikan ekonomi stambuk 2018.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana budaya konsumerisme dikalangan mahasiswa universitas negeri medan prodi pendidikan ekonomi stambuk 2018.

TINJAUAN PUSTAKA

Perilaku Konsumtif

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, perilaku dapat diartikan sebagai tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Sedangkan perilaku konsumtif artinya bersifat konsumsi (hanya memakai, tidak menghasilkan sendiri). Dalam bahasa inggris kata konsumtif digunakan untuk menyatakan penggunaan sesuatu hal dengan berlebihan memboroskan, obsesif dan rakus. Definisi lain disampaikan oleh Lubis dalam (Sumartono, 2002) perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi. Sedangkan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia mengatakan perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk mengonsumsi sesuatu tanpa batasan dan hanya mementingkan faktor keinginan

(Swasta & Hani, 2011) menyatakan bahwa dalam mendeskripsikan perilaku konsumtif maka konsumen tidak dapat lagi membedakan antara kebutuhannya dan keinginannya.

(Hidayah, 2015) menjelaskan perilaku konsumtif merupakan perilaku dimana timbulnya keinginan untuk membeli suatu barang yang kurang diperlukan untuk memenuhi kepuasan pribadi. Dalam psikologi, hal ini dikenal dengan istilah compulsive buying disorder (kecanduan belanja), dimana orang yang terjebak di dalamnya tidak bisa membedakan mana kebutuhan dan keinginan.

Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan atau perilaku seseorang untuk membeli serta menggunakan barang ataupun jasa secara berlebihan tanpa adanya pemikiran yang matang dengan tujuan untuk memenuhi keinginan pribadi semata

dan bukan berdasarkan kebutuhan dasar atau pokok dalam rangka memenuhi gaya hidup dan pemenuhan gengsi semata.

Faktor Penyebab Terjadinya Perilaku Konsumtif

Dewasa ini, perilaku konsumtif telah melanda semua kalangan masyarakat, salah satunya adalah kaum remaja dimana termasuk kedalamnya adalah seorang mahasiswa. (Santrock, 2012) menjelaskan pada masa remaja, seseorang akan cenderung menyukai berbagai hal baru yang cukup menantang bagi dirinya, hal tersebut dikarenakan remaja berupaya untuk mencapai kemandirian dan menemukan identitas dalam dirinya.

Remaja berperilaku konsumtif karena ingin menjaga gengsi, atau ingin membuat dirinya terlihat lebih baik dibanding orang lain (Burns, 1993).

Seseorang yang memiliki perilaku konsumtif biasanya disebabkan oleh beberapa faktor sebagaimana dikemukakan oleh (Kotler & Keller, 2000) :

a. Faktor budaya

Faktor budaya merupakan hal yang sangat penting dalam perilaku pembelian yang mana faktor budaya ini terdiri dari budaya dan kelas sosial. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling dasar. Kelas social adalah pembagian dalam masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hirarkis dan yang para anggotanya menganut nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

b. Faktor sosial

Dipengaruhi oleh kelompok acuan, keluarga, dan status sosial. Kelompok acuan adalah seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang tersebut. Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan anggota para keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Peran dan tatus sosial adalah peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang, masing-masing peran menghasilkan status.

c. Faktor Pribadi

Usia dan tahap siklus hidup, orang membeli barang dan jasa berbeda-beda sepanjang hidupnya. Adapun yang mempengaruhi seseorang dalam membeli atau mengonsumsi barang dan jasa, yaitu pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat dan opininya, serta kepribadian dan konsep diri. Kepribadian adalah ciri bawaan psikologi manusia yang terbedakan yang menghasilkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya.

d. Faktor psikologis

Dimana didalamnya terdapat motivasi, persepsi, dan sikap. Motivasi, muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen, kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidak nyamanan antara yang seharusnya dirasakan dan yang sesungguhnya dirasakan. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Artinya, motivasi adalah daya dorong yang muncul dari seorang konsumen yang akan mempengaruhi proses keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa.

Budaya konsumerisme ini juga ditandai dengan beberapa aspek sebagaimana yang terdapat dalam (Lina & Rosyid, 1999) :

a) Pembelian implusif (impulsive buying)

Dalam aspek ini menunjukkan bahwa seseorang yang melakukan pembelanjaan atau pembelian semata-mata hanya karena nafsu atau hasrat yang tiba-tiba muncul atau keinginan yang bersifat sesaat, kemudian pembelanjaan terjadi tanpa mempertimbangkannya terlebih dahulu biasanya bersifat emosional, tanpa memikirkan lagi apa yang akan terjadi setelahnya.

b) Pemborosan (Wasteful Buying)

Perilaku konsumtif adalah suatu bentuk perilaku yang hanya menghambur-hamburkan banyak dana tanpa di dasari adanya kebutuhan yang jelas serta perilaku membeli yang tidak hanya satu barang tapi lebih dari satu barang.

c) Mencari Kesenangan (Non Rational Buying)

Suatu perilaku dimana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan dan kepuasan serta konsumen membelikarena faktor hobi. Para remaja yang melakukan perilaku konsumtif dilatar belakangi oleh sifat remaja yang merasa senang saat memakai barang yang dapat membedakannya dari yang lainnya.

Karakteristik Perilaku Konsumtif

Seseorang yang memiliki perilaku konsumtif biasanya memiliki ciri-ciri atau karakteristik sebagaimana dikemukakan oleh (Widyaningrum & Puspitadewi, 2016).

- 1) Mudah terbujuk rayuan dari penjual.
- 2) Punya perasaan tidak enak pada penjual.
- 3) Tidak sabar jika ingin membeli barang, sehingga dalam membeli barang tidak berdasarkan banyak pertimbangan dan hanya karena keinginan sesaat.

METODOLOGI PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan kepada Mahasiswa Universitas Negeri Medan Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 dengan cara menyebarkan kuesioner secara online menggunakan media *google form*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data yang muncul dalam penelitian kualitatif ini berbentuk kata-kata, dan bukan rangkaian angka. Cara-cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh data adalah dengan memberikan angket.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada didalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi (Arikunto, 2006). Populasi dalam penelitian adalah Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Total Sampling, yang berarti sampel dari penelitian ini adalah keseluruhan mahasiswa Universitas Negeri Medan Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 yang jumlahnya sebanyak 101 responden.

Sumber dan Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data Primer. Data tersebut diperoleh melalui kuisisioner/angket. Kuisisioner adalah pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden (Mahasiswa Universitas Negeri Medan Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018).

Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket, sejumlah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden. Melalui angket ini, dikumpulkan informasi mengenai budaya konsumerisme di kalangan mahasiswa studi kasus pada Mahasiswa Universitas Negeri Medan Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018.

Jumlah soal yang tertera dalam angket adalah 7 pertanyaan dimana setiap pertanyaan diberi 5 (lima) pilihan dengan kisi-kisi sebagai berikut :

No.	Variabel	Indikator	No. item pertanyaan
1.	Perilaku Konsumtif	Hadiah	1, 2, 3, 4
		Produk menarik	5, 6
		Gengsi	7, 8, 9
		Penilaian orang	10, 11
		Artis iklan	12, 13, 14
		Produk mahal	15, 16, 17
		Produk sejenis	18, 19, 20

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Metode analisis deskriptif merupakan metode yang

digunakan untuk menyajikan data kuantitatif dalam bentuk deskriptif. Analisis deskriptif menggambarkan atau mendeskripsikan data dengan apa adanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil angket dapat diamati budaya konsumenisme dikalangan mahasiswa Universitas Negeri Medan Fakultas Ekonomi Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 melalui indikator yang terdapat pada instrument, sebagai berikut :

1. Saya akan membeli suatu produk apabila disertai dengan potongan harga dan pemberian hadiah (bonus) tertentu

Distibusi frekuensi masing-masing jawaban mahasiswa Universitas Negeri Medan Fakultas Ekonomi Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 ditampilkan pada table 4.1.1

Tabel 4.1.1 Respon mahasiswa terhadap item soal 1

Pilihan	%
Selalu	20,7
Sering	35,9
Kadang-kadang	38
Jarang	4,3
Tidak pernah	1,1
TOTAL	100

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa sebagaian besar mahasiswa akan membeli suatu produk apabila disertai dengan potongan harga dan pemberian hadiah (bonus) tertentu dengan pilihan “selalu” sebanyak 20,7%, “sering” sebanyak 35,9%, ”kadang-kadang” sebanyak 38%, “jarang” sebanyak 4,3%, dan “tidak pernah” sebanyak 1,1%.

2. Saya membeli sesuatu produk karena saya suka dengan hadiah yang ditawarkan.

Distribusi frekuensi masing-masing jawaban mahasiswa Universitas Negeri Medan Fakultas Ekonomi Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 ditampilkan pada table 4.1.2

Tabel 4.1.2 Respon mahasiswa terhadap item soal 2

Pilihan	%
Selalu	15,2
Sering	16,3
Kadang-kadang	45,7
Jarang	18,5
Tidak pernah	4,3
TOTAL	100

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa sebagian besar mahasiswa akan membeli sesuatu produk karena saya suka dengan hadiah yang ditawarkan dengan pilihan “selalu” sebanyak 15,2%, “sering” sebanyak 16,3%, ”kadang-kadang” sebanyak 45,7%, “jarang” sebanyak 18,5%, dan “tidak pernah” sebanyak 4,3%.

3. Saya membeli produk jika beli 1 gratis 1.

Distribusi frekuensi masing-masing jawaban mahasiswa Universitas Negeri Medan Fakultas Ekonomi Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 ditampilkan pada table 4.1.3

Tabel 4.1.3 Respon mahasiswa terhadap item soal 3

Pilihan	%
Selalu	19,6
Sering	29,3
Kadang-kadang	39,1
Jarang	10,9
Tidak pernah	1,1
TOTAL	100

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa sebagian besar mahasiswa akan membeli produk jika beli 1 gratis 1 dengan pilihan “selalu” sebanyak 19,6%, “sering” sebanyak 29,3%, ”kadang-kadang” sebanyak 39,1%, “jarang” sebanyak 10,9%, dan “tidak pernah” sebanyak 1,1%.

4. Ketika ada promo seperti diskon, gratis ongkir, flashsale, flashdeal, dan lainnya, saya akan langsung membelinya

Distribusi frekuensi masing-masing jawaban mahasiswa Universitas Negeri Medan Fakultas Ekonomi Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 ditampilkan pada table 4.1.4

Tabel 4.1.4 Respon mahasiswa terhadap item soal 4

Pilihan	%
Selalu	18,5
Sering	32,6
Kadang-kadang	35,9
Jarang	13
Tidak pernah	0
TOTAL	100

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa sebagian besar mahasiswa akan membeli produk ketika ada promo seperti diskon, gratis ongkir dengan pilihan “selalu” sebanyak 18,5%, “sering” sebanyak 32,6%, ”kadang-kadang” sebanyak 35,9%, “jarang” sebanyak 13%.

5. Saya lebih memperhatikan aspek gaya atau status sosial dalam memutuskan pembelian produk

Distribusi frekuensi masing-masing jawaban mahasiswa Universitas Negeri Medan Fakultas Ekonomi Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 ditampilkan pada table 4.1.5

Tabel 4.1.5 Respon mahasiswa terhadap item soal 5

Pilihan	%
Selalu	10,9
Sering	16,3
Kadang-kadang	32,6
Jarang	23,9
Tidak pernah	16,3
TOTAL	100

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa sebagian besar mahasiswa lebih memperhatikan aspek gaya atau status sosial dalam memutuskan pembelian produk dengan pilihan “selalu” sebanyak 10,9%, “sering” sebanyak 16,3%, ”kadang-kadang” sebanyak 32,6%, “jarang” sebanyak 23,9%, dan “tidak pernah” sebanyak 16,3%.

6. Saya membeli suatu barang karena packaging produknya yang menarik

Distibusi frekuensi masing-masing jawaban mahasiswa Universitas Negeri Medan Fakultas Ekonomi Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 ditampilkan pada table 4.1.6

Tabel 4.1.6 Respon mahasiswa terhadap item soal 6

Pilihan	%
Selalu	9,8
Sering	15,2
Kadang-kadang	43,5
Jarang	22,8
Tidak pernah	8,7
TOTAL	100

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa sebagian besar mahasiswa akan membeli suatu barang karena packaging produknya yang menarik dengan pilihan

“selalu” sebanyak 9,8%, “sering” sebanyak 15,2%, ”kadang-kadang” sebanyak 43,5%, “jarang” sebanyak 22,8%, dan “tidak pernah” sebanyak 8,7%.

7. Saya merasa bangga ketika menggunakan produk mahal

Distibusi frekuensi masing-masing jawaban mahasiswa Universitas Negeri Medan Fakultas Ekonomi Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 ditampilkan pada table 4.1.7

Tabel 4.1.7 Respon mahasiswa terhadap item soal 7

Pilihan	%
Selalu	6,5
Sering	16,3
Kadang-kadang	28,3
Jarang	23,9
Tidak pernah	25
TOTAL	100

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa sebagaian besar mahasiswa akan merasa bangga ketika menggunakan produk mahal dengan pilihan “selalu” sebanyak 6,5%, “sering” sebanyak 16,3%, ”kadang-kadang” sebanyak 28,3%, “jarang” sebanyak 23,9%, dan “tidak pernah” sebanyak 25%.

8. Saya merasa setiap produk yang saya gunakan jauh lebih baik dibandingkan orang lain

Distibusi frekuensi masing-masing jawaban mahasiswa Universitas Negeri Medan Fakultas Ekonomi Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 ditampilkan pada table 4.1.8

Tabel 4.1.8 Respon mahasiswa terhadap item soal 8

Pilihan	%
Selalu	4,3
Sering	5,4
Kadang-kadang	35,9

Jarang	23,9
Tidak pernah	30,4
TOTAL	100

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa sebagian besar mahasiswa merasa setiap produk yang saya gunakan jauh lebih baik dibandingkan orang lain dengan pilihan “selalu” sebanyak 4,3%, “sering” sebanyak 5,4%, ”kadang-kadang” sebanyak 35,9%, “jarang” sebanyak 23,9%, dan “tidak pernah” sebanyak 30,4%.

9. Saya memakai barang bermerek agar terlihat lebih mewah dibandingkan orang lain

Distibusi frekuensi masing-masing jawaban mahasiswa Universitas Negeri Medan Fakultas Ekonomi Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 ditampilkan pada table 4.1.9

Tabel 4.1.9 Respon mahasiswa terhadap item soal 9

Pilihan	%
Selalu	3,3
Sering	8,7
Kadang-kadang	19,6
Jarang	29,3
Tidak pernah	39,1
TOTAL	100

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa sebagian besar mahasiswa akan memakai barang bermerek agar terlihat lebih mewah dibandingkan orang lain dengan pilihan “selalu” sebanyak 3,3%, “sering” sebanyak 8,7%, ”kadang-kadang” sebanyak 19,6%, “jarang” sebanyak 29,3%, dan “tidak pernah” sebanyak 39,1%.

10. Saya suka membeli produk yang membuat penampilan saya menjadi terlihat keren dan fashionable dimata orang.

Distribusi frekuensi masing-masing jawaban mahasiswa Universitas Negeri Medan Fakultas Ekonomi Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 ditampilkan pada table 4.1.10

Tabel 4.1.10 Respon mahasiswa terhadap item soal 10

Pilihan	%
Selalu	9,8
Sering	20,7
Kadang-kadang	31,5
Jarang	20,7
Tidak pernah	17,4
TOTAL	100

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa sebagaian besar mahasiswa suka membeli produk yang membuat penampilan saya menjadi terlihat keren dan fashionable dimata orang dengan pilihan “selalu” sebanyak 9,8%, “sering” sebanyak 20,7%, ”kadang-kadang” sebanyak 31,5%, “jarang” sebanyak 20,7%, dan “tidak pernah” sebanyak 17,4%.

11. Saya membeli produk yang banyak digemari banyak orang.

Distribusi frekuensi masing-masing jawaban mahasiswa Universitas Negeri Medan Fakultas Ekonomi Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 ditampilkan pada table 4.1.11

Tabel 4.1.11 Respon mahasiswa terhadap item soal 11

Pilihan	%
Selalu	6,5
Sering	16,3
Kadang-kadang	45,7
Jarang	26,1
Tidak pernah	5,4
TOTAL	100

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa sebagaian besar mahasiswa akan membeli produk yang banyak digemari banyak orang dengan pilihan “selalu” sebanyak 6,5%, “sering” sebanyak 16,3%, ”kadang-kadang” sebanyak 45,7%, “jarang” sebanyak 26,1%, dan “tidak pernah” sebanyak 5,4%.

12. Saya tertarik memakai suatu produk karena artis (tokoh terkenal) yang memakai produk tersebut cantik atau tampan

Distibusi frekuensi masing-masing jawaban mahasiswa Universitas Negeri Medan Fakultas Ekonomi Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 ditampilkan pada table 4.1.12

Tabel 4.1.12 Respon mahasiswa terhadap item soal 12

Pilihan	%
Selalu	6,5
Sering	13
Kadang-kadang	29,3
Jarang	29,3
Tidak pernah	21,7
TOTAL	100

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa sebagaian besar mahasiswa tertarik memakai suatu produk karena artis (tokoh terkenal) yang memakai produk tersebut cantik atau tampan dengan pilihan “selalu” sebanyak 6,5%, “sering” sebanyak 13%, ”kadang-kadang” sebanyak 29,3%, “jarang” sebanyak 29,3%, dan “tidak pernah” sebanyak 21,7%.

13. Saya akan membeli produk yang di iklan oleh idola saya

Distibusi frekuensi masing-masing jawaban mahasiswa Universitas Negeri Medan Fakultas Ekonomi Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 ditampilkan pada table 4.1.13

Tabel 4.1.13 Respon mahasiswa terhadap item soal 13

Pilihan	%
Selalu	2,2
Sering	18,5
Kadang-kadang	23,9
Jarang	22,8
Tidak pernah	32,6
TOTAL	100

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa sebagian besar mahasiswa akan membeli produk yang di iklan oleh idola nya dengan pilihan “selalu” sebanyak 2,2%, “sering” sebanyak 18,5%, ”kadang-kadang” sebanyak 23,9%, “jarang” sebanyak 22,8%, dan “tidak pernah” sebanyak 32,6%.

14. Saya akan membeli produk iklan yang cocok dikenakan oleh artis iklannya.

Distibusi frekuensi masing-masing jawaban mahasiswa Universitas Negeri Medan Fakultas Ekonomi Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 ditampilkan pada table 4.1.14

Tabel 4.1.14 Respon mahasiswa terhadap item soal 14

Pilihan	%
Selalu	3,3
Sering	9,8
Kadang-kadang	22,8
Jarang	30,4
Tidak pernah	33,7
TOTAL	100

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa sebagian besar mahasiswa akan akan membeli produk iklan yang cocok dikenakan oleh artis iklannya. dengan pilihan “selalu” sebanyak 3,3%, “sering” sebanyak 9,8%, ”kadang-kadang” sebanyak 22,8%, “jarang” sebanyak 30,4%, dan “tidak pernah” sebanyak 33,7%.

15. Saya merasa percaya diri ketika memakai barang dengan merek mahal

Distibusi frekuensi masing-masing jawaban mahasiswa Universitas Negeri Medan Fakultas Ekonomi Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 ditampilkan pada table 4.1.15

Tabel 4.1.15 Respon mahasiswa terhadap item soal 15

Pilihan	%
Selalu	3,3
Sering	20,7
Kadang-kadang	37
Jarang	17,4
Tidak pernah	21,7
TOTAL	100

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa sebagaian besar mahasiswa akan merasa percaya diri ketika memakai barang dengan merek mahal dengan pilihan “selalu” sebanyak 3,3%, “sering” sebanyak 20,7%, ”kadang-kadang” sebanyak 37%, “jarang” sebanyak 17,4%, dan “tidak pernah” sebanyak 21,7%.

16. Saya langsung yakin dengan kualitas produk jika produk memiliki harga yang mahal.

Distibusi frekuensi masing-masing jawaban mahasiswa Universitas Negeri Medan Fakultas Ekonomi Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 ditampilkan pada table 4.1.16

Tabel 4.1.16 Respon mahasiswa terhadap item soal 16

Pilihan	%
Selalu	14,1
Sering	19,6
Kadang-kadang	41,3
Jarang	14,1
Tidak pernah	10,9
TOTAL	100

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa sebagaian besar mahasiswa langsung yakin dengan kualitas produk jika produk memiliki harga yang mahal dengan pilihan “selalu” sebanyak 14,1%, “sering” sebanyak 19,6%, ”kadang-kadang” sebanyak 41,3%, “jarang” sebanyak 14,1%, dan “tidak pernah” sebanyak 10,9%.

17. Saya merasa senang ketika membeli salah satu produk mahal.

Distibusi frekuensi masing-masing jawaban mahasiswa Universitas Negeri Medan Fakultas Ekonomi Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 ditampilkan pada table 4.1.17

Tabel 4.1.17 Respon mahasiswa terhadap item soal 17

Pilihan	%
Selalu	9,8
Sering	21,7
Kadang-kadang	34,8
Jarang	20,7
Tidak pernah	13
TOTAL	100

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa sebagaian besar mahasiswa merasa senang ketika membeli salah satu produk mahal dengan pilihan “selalu” sebanyak 9,8%, “sering” sebanyak 21,7%, ”kadang-kadang” sebanyak 34,8%, “jarang” sebanyak 20,7%, dan “tidak pernah” sebanyak 13%.

18. Saya menggunakan lebih dari satu barang sejenis dengan merek berbeda.

Distibusi frekuensi masing-masing jawaban mahasiswa Universitas Negeri Medan Fakultas Ekonomi Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 ditampilkan pada table 4.1.18.

Tabel 4.1.18 Respon mahasiswa terhadap item soal 18

Pilihan	%
Selalu	7,6
Sering	21,7
Kadang-kadang	37
Jarang	18,5
Tidak pernah	15,2
TOTAL	100

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa sebagaian besar mahasiswa menggunakan lebih dari satu barang sejenis dengan merek berbeda dengan pilihan “selalu” sebanyak 7,6%, “sering” sebanyak 21,7%, ”kadang-kadang” sebanyak 37%, “jarang” sebanyak 18,5%, dan “tidak pernah” sebanyak 15,2%.

19. Saya suka mengoleksi suatu barang yang saya suka meskipun fungsinya sama.

Distibusi frekuensi masing-masing jawaban mahasiswa Universitas Negeri Medan Fakultas Ekonomi Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 ditampilkan pada table 4.1.19.

Tabel 4.1.19 Respon mahasiswa terhadap item soal 19

Pilihan	%
Selalu	7,6
Sering	17,4
Kadang-kadang	22,8
Jarang	29,3
Tidak pernah	22,8
TOTAL	100

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa sebagaian besar mahasiswa suka mengoleksi suatu barang yang saya suka meskipun fungsinya sama dengan pilihan “selalu” sebanyak 7,8%, “sering” sebanyak 17,4%, ”kadang-kadang” sebanyak 22,8%, “jarang” sebanyak 29,3%, dan “tidak pernah” sebanyak 22,8%.

20. Saya tidak memikirkan secara mendalam konsekuensi dari pembelian barang yang saya lakukan meskipun fungsinya sama

Distribusi frekuensi masing-masing jawaban mahasiswa Universitas Negeri Medan Fakultas Ekonomi Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 ditampilkan pada table 4.1.20

Tabel 4.1.20 Respon mahasiswa terhadap item soal 20

Pilihan	%
Selalu	8,7
Sering	10,9
Kadang-kadang	29,3
Jarang	21,7
Tidak pernah	29,3
TOTAL	100

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa sebagian besar mahasiswa tidak memikirkan secara mendalam konsekuensi dari pembelian barang yang saya lakukan meskipun fungsinya sama dengan pilihan “selalu” sebanyak 8,7%, “sering” sebanyak 10,9%, ”kadang-kadang” sebanyak 29,3%, “jarang” sebanyak 21,8%, dan “tidak pernah” sebanyak 29,3%.

Pembahasan

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada kalanya mahasiswa pendidikan ekonomi UNIMED stambuk 2018 akan membeli suatu produk bila disertai dengan adanya potongan harga dan pemberian bonus (hadiah) tertentu. Hal ini dapat dilihat dari pilihan mahasiswa terhadap item skala likert “*kadang-kadang*” yang menunjukkan angka sebesar 38%.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada kalanya mahasiswa pendidikan ekonomi UNIMED stambuk 2018 akan membeli suatu produk bila disertai dengan adanya hadiah yang ditawarkan. Hal ini dapat dilihat dari pilihan mahasiswa terhadap item skala likert “*kadang-kadang*” yang menunjukkan angka sebesar 45,7%.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada kalanya mahasiswa pendidikan ekonomi UNIMED stambuk 2018 akan membeli suatu produk jika disertai dengan penawaran *buy one get one*. Hal ini dapat dilihat dari pilihan mahasiswa terhadap item skala likert “*kadang-kadang*” yang menunjukkan angka 39,1%.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada kalanya mahasiswa pendidikan ekonomi UNIMED stambuk 2018 akan membeli suatu produk bila disertai dengan adanya diskon, gratis ongkir, flashsale, flashdeal dll. Hal ini dapat dilihat dari pilihan mahasiswa terhadap item skala likert “*kadang-kadang*” yang menunjukkan angka sebesar 35,9%.
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada kalanya mahasiswa pendidikan ekonomi UNIMED stambuk 2018 akan membeli suatu produk demi memperhatikan aspek gaya atau status sosial. Hal ini dapat dilihat dari pilihan mahasiswa terhadap item skala likert “*kadang-kadang*” yang menunjukkan angka sebesar 32,6%.
6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada kalanya mahasiswa pendidikan ekonomi UNIMED stambuk 2018 akan membeli suatu produk bila tampilan produk (*packaging*) yang ditawarkan menarik. Hal ini dapat dilihat dari pilihan mahasiswa terhadap item skala likert “*kadang-kadang*” yang menunjukkan angka sebesar 43,5%.
7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada kalanya mahasiswa pendidikan ekonomi UNIMED stambuk 2018 akan merasa bangga ketika menggunakan produk yang mahal. Hal ini dapat dilihat dari pilihan mahasiswa terhadap item skala likert “*kadang-kadang*” yang menunjukkan angka sebesar 28,3%.
8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada kalanya mahasiswa pendidikan ekonomi UNIMED stambuk 2018 merasa bahwa produk yang mereka gunakan jauh lebih baik dibandingkan orang lain. Hal ini dapat dilihat dari pilihan mahasiswa terhadap item skala likert “*kadang-kadang*” yang menunjukkan angka sebesar 35,9%.
9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa pendidikan ekonomi UNIMED stambuk 2018 tidak pernah memakai barang yang bermerek

dengan tujuan agar terlihat lebih mewah dibanding orang lain. Hal ini dapat dilihat dari pilihan mahasiswa terhadap item skala likert “*tidak pernah*” yang menunjukkan angka sebesar 39,1%.

10. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada kalanya mahasiswa pendidikan ekonomi UNIMED stambuk 2018 membeli suatu produk yang dapat membuat penampilannya menjadi keren dan *fashionable* dimata orang. Hal ini dapat dilihat dari pilihan mahasiswa terhadap item skala likert “*kadang-kadang*” yang menunjukkan angka sebesar 31,5%.
11. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada kalanya mahasiswa pendidikan ekonomi UNIMED stambuk 2018 akan membeli suatu produk bila produk tersebut banyak digemari oleh orang. Hal ini dapat dilihat dari pilihan mahasiswa terhadap item skala likert “*kadang-kadang*” yang menunjukkan angka sebesar 45,7%.
12. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada kalanya bahkan terkadang jarang mahasiswa pendidikan ekonomi UNIMED stambuk 2018 akan membeli suatu produk hanya karena tertarik oleh artis yang memakai produk tersebut. Hal ini dapat dilihat dari pilihan mahasiswa terhadap item skala likert “*kadang-kadang*” dan “*jarang*” yang menunjukkan persentase angka yang sama yaitu sebesar 29,3%.
13. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada mahasiswa pendidikan ekonomi UNIMED stambuk 2018 tidak pernah membeli produk hanya karena produk tersebut di iklankan oleh sang idola mereka . Hal ini dapat dilihat dari pilihan mahasiswa terhadap item skala likert “*tidak pernah*” yang menunjukkan angka sebesar 32,6%.
14. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa pendidikan ekonomi UNIMED stambuk 2018 tidak pernah membeli produk hanya karena produk tersebut cocok dengan artis yang mengiklankannya. Hal ini dapat dilihat dari pilihan mahasiswa terhadap item skala likert “*tidak pernah*” yang menunjukkan angka sebesar 33,7%.
15. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada kalanya mahasiswa pendidikan ekonomi UNIMED stambuk 2018 akan membeli suatu produk dengan merek yang mahal karena merasa percaya diri ketika memakainya. Hal ini

dapat dilihat dari pilihan mahasiswa terhadap item skala likert “*kadang-kadang*” yang menunjukkan angka sebesar 37%.

16. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada kalanya mahasiswa pendidikan ekonomi UNIMED stambuk 2018 akan membeli suatu produk karena yakin dengan kualitas produk yang memiliki harga yang mahal. Hal ini dapat dilihat dari pilihan mahasiswa terhadap item skala likert “*kadang-kadang*” yang menunjukkan angka sebesar 41,3%.
17. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada kalanya mahasiswa pendidikan ekonomi UNIMED stambuk 2018 merasa senang ketika membeli produk yang mahal . Hal ini dapat dilihat dari pilihan mahasiswa terhadap item skala likert “*kadang-kadang*” yang menunjukkan angka sebesar 34,8%.
18. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada kalanya mahasiswa pendidikan ekonomi UNIMED stambuk 2018 akan menggunakan lebih dari satu barang sejenis dengan merek yang berbeda Hal ini dapat dilihat dari pilihan mahasiswa terhadap item skala likert “*kadang-kadang*” yang menunjukkan angka sebesar 37%.
19. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa pendidikan ekonomi UNIMED stambuk 2018 jarang mengoleksi suatu barang dengan fungsi yang sama. Hal ini dapat dilihat dari pilihan mahasiswa terhadap item skala likert “*jarang-jarang*” yang menunjukkan angka sebesar 29,3%.
20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada kalanya bahkan hampir jarang mahasiswa pendidikan ekonomi UNIMED stambuk 2018 tidak memikirkan secara mendalam konsekuensi dari pembelian barang yang mereka lakukan. Hal ini dapat dilihat dari pilihan mahasiswa terhadap item skala likert “*kadang-kadang*” dan “*jarang*” yang menunjukkan besaran angka yang sama yaitu sebesar 29,3%.

KESIMPULAN

1. Berdasarkan jawaban item soal 1, 2, 3 dan 4 dapat disimpulkan bahwa dengan adanya hadiah mahasiswa Universitas Negeri Medan Prodi

Pendidikan Ekonomi stambuk 2018 kadang - kadang akan membeli barang yang ditawarkan.

2. Berdasarkan jawaban item soal 5 dan 6 dapat disimpulkan bahwa jika produk menarik maka mahasiswa Universitas Negeri Medan Prodi Pendidikan Ekonomi stambuk 2018 kadang - kadang akan membeli barang yang ditawarkan.
3. Berdasarkan jawaban item soal 7, 8 dan 9 dapat disimpulkan bahwa dengan gengsi yang dimiliki mahasiswa Universitas Negeri Medan Prodi Pendidikan Ekonomi stambuk 2018 kadang - kadang akan membeli barang yang ditawarkan.
4. Berdasarkan jawaban item soal 10 dan 11 dapat disimpulkan bahwa dengan memikirkan penilaian orang lain mahasiswa Universitas Negeri Medan Prodi Pendidikan Ekonomi stambuk 2018 kadang - kadang akan membeli barang yang ditawarkan.
5. Berdasarkan jawaban item soal 12, 13 dan 14 dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Negeri Medan Prodi Pendidikan Ekonomi stambuk 2018 kadang - kadang akan membeli barang yang ditawarkan berdasarkan artis yang mengiklankannya.
6. Berdasarkan jawaban item soal 15, 16 dan 17 dapat disimpulkan bahwa jika produk mahal maka mahasiswa Universitas Negeri Medan Prodi Pendidikan Ekonomi stambuk 2018 kadang - kadang akan membeli barang yang ditawarkan.
7. Berdasarkan jawaban item soal 18, 19 dan 20 dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Negeri Medan Prodi Pendidikan Ekonomi stambuk 2018 kadang - kadang membeli produk yang sejenis.

SARAN

Saran yang dapat penulis berikan sehingga kiranya dapat membantu dan bermanfaat adalah, semoga penelitian selanjutnya dapat menambah variabel lain didalam penelitian dan menambahkan indikator serta item pertanyaan yang lebih baik dan menarik. Bagi mahasiswa diharap dapat lebih bijak dalam mengelola

uang dan bijak dalam pembelian barang yang dilakukan, sehingga tidak menumbuhkan budaya konsumerisme. Selain itu diharapkan agar orang kiranya orang tua dapat membantu para anak-anaknya dalam mengelola keuangan sehingga dapat bijak dalam membeli atau memutuskan dalam hal membeli dan mengkonsumsi suatu barang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Jamil, Dkk. 2018. *Perilaku Konsumeris Pengunjung Mall Lippo Plaza Kota Kendari*. Neo Societal. Vol. 3; No. 2
- Octaviana, Rina. 2020. *Konsumeris Masyarakat Modern Dalam Kajian Herbert Marcuse*. Jurnal Aqidah dan Filsafat Islam. Vol. 5; No. 1
- Rohman, A. 2016. *Budaya Konsumerisme dan Teori Kebocoran di Kalangan Mahasiswa*. Jurnal Sosial dan Budaya Keislaman. Vol. 24 No. 2
- Burns, R. . (1993). *Konsep Diri: Teori, Pengukuran, Perkembangan dan Perilaku*. Arcan.
- Hidayah Rizika Witri. (2015). *Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Produk Fashion Pada Mahasiswa Putri Di Surakarta*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2000). *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (edisi 1). Salemba Empat.
- Lina, & Rosyid, H. F. (1999). *Perilaku Konsumtif Berdasar Locus Of Control Pada Remaja Putri*. Psikologika, 4.
- Santrock, J. W. (2012). *Life Span Development: Perkembangan Masa Hidup* (edisi ke-1). Erlangga.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Swasta, D. B., & Hani, H. (2011). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen Edisi 1*. BPFE- Yogyakarta.
- Widyaningrum, S., & Puspitadewi, N. W. S. (2016). *Perbedaan Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Tipe Kepribadian Pada Siswa Sekolah Menengah Atas*. Psikologi Teori Dan Terapan, 6(2).

LAMPIRAN

Lampiran 1. Angket Penelitian

ANGKET PENELITIAN

BUDAYA KONSUMERISME DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI MEDAN PRODI PENDIDIKAN EKONOMI STAMBUK 2018

Tanggal pengisian :

Identitas Responden :

Nama :

Kelas :

Prodi :

Keterangan :

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

KS = Kurang Setuju

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

Silahkan baca setiap pertanyaan berikut dan tunjuk dengan memberikan tanda centang (✓) pada kolom yang tersedia.

Indikator	No.	Pertanyaan/ Pernyataan
1.	1	Saya akan membeli suatu produk apabila disertai dengan potongan harga dan pemberian hadiah (bonus) tertentu
	2	Saya membeli sesuatu produk karena saya suka dengan hadiah yang ditawarkan.
	3	Saya membeli produk jika beli 1 gratis 1.

	4	Ketika ada promo seperti diskon, gratis ongkir, flashsale, flashdeal, dan lainnya, saya akan langsung membelinya.
2.	5	Saya lebih memperhatikan aspek gaya atau status sosial dalam memutuskan pembelian produk
	6	Saya membeli suatu barang karena packaging produknya yang menarik
3.	7	Saya merasa bangga ketika menggunakan produk mahal
	8	Saya merasa setiap produk yang saya gunakan jauh lebih baik dibandingkan orang lain
	9	Saya memakai barang bermerek agar terlihat lebih mewah dibandingkan orang lain
4.	10	Saya suka membeli produk yang membuat penampilan saya menjadi terlihat keren dan <i>fashionable</i> dimata orang.
	11	Saya membeli produk yang banyak digemari banyak orang.
5.	12	Saya tertarik memakai suatu produk karena artis (tokoh terkenal) yang memakai produk tersebut cantik atau tampan
	13	Saya akan membeli produk yang di iklan oleh idola saya.
	14	Saya akan membeli produk iklan yang cocok dikenakan oleh artis iklannya.
6.	15	Saya merasa percaya diri ketika memakai barang dengan merek mahal
	16	Saya langsung yakin dengan kualitas produk jika produk memiliki harga yang mahal.
	17	Saya merasa senang ketika membeli salah satu produk mahal.
7.	18	Saya menggunakan lebih dari satu barang sejenis dengan merek berbeda.
	19	Saya suka mengoleksi suatu barang yang saya suka meskipun fungsinya sama.
	20	Saya tidak memikirkan secara mendalam konsekuensi dari pembelian barang yang saya lakukan meskipun fungsinya sama