

**HUBUNGAN GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN
PERILAKU KONSUMTIF *FASHION* PAKAIAN
PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI ANGKATAN 2015
UIN MALIKI MALANG**

SKRIPSI



Oleh

**Dewy Alifiyah Rachma
NIM. 13410129**

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2017**

**HUBUNGAN GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN
PERILAKU KONSUMTIF *FASHION* PAKAIAN
PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI ANGKATAN 2015
UIN MALIKI MALANG**

SKRIPSI

Diajukan kepada
Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk memenuhi saah satu persyaratan dalam memperoleh
gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Oleh

**Dewy Alifiyah Rachma
NIM. 13410129**

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2017**

HUBUNGAN GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN
PERILAKU KONSUMTIF *FASHION* PAKAIAN
PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI ANGKATAN 2015
UIN MALIKI MALANG

SKRIPSI

Oleh

DEWY ALIFIYAH RACHMA
NIM. 13410129

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing,



Dr. Siti Mahmudah, M.Si
NIP. 19671029 199403 2 001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Psikologi
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang



Dr. H. M. Lutfi Masthofa, M.Ag
NIP. 49730710/200003 1 002

SKRIPSI

**HUBUNGAN GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN
PERILAKU KONSUMTIF *FASHION* PAKAIAN
PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI ANGGARAN 2015
UIN MALIKI MALANG**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal, **3** Maret 2017

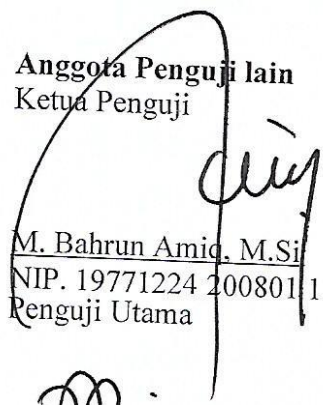
Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing

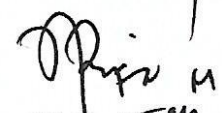


Dr. Siti Mahmudah, M.Si
NIP. 19671029 199403 2 001

**Anggota Penguji lain
Ketua Penguji**




M. Bahrudin, M.Si
NIP. 19771224 200801 1 007
Penguji Utama



Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si
NIP. 19761128 200212 2 001

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi
Tanggal, **3** Maret 2017

Mengasahkan
Dekan Fakultas Psikologi
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang



Dr. H. M. H. Mustofa, M. Ag
NIP. 19730710 200003 1 002

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dewy Alifyah Rachma

NIM : 13410129

Fakultas : Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Menyatakan bahwa skripsi yang penulis buat dengan judul “**Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif *Fashion* Pakaian pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN MALIKI Malang**” adalah benar-benar hasil karya sendiri baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang disebutkan sumbernya. Jika kemudian hari ada *claim* dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan pihak Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Demikian surat pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar penulis bersedia mendapatkan sanksi.

Malang, 3 Maret 2017

Penulis



Handwritten signature of Dewy Alifyah Rachma.

Dewy Alifyah Rachma
NIM. 13410129

MOTTO

“Mereka yang sukses adalah mereka yang selalu memberi, membentuk, dan mengontrol egonya sendiri, tidak mengiyakan tempat untuk mengharapkan adanya keberuntungan atas tiap pekerjaan atau kesempatan atau atas segala perubahan nasib.

(Napoleon Hill)

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya : Dan (termasuk hamba-hamba Allah SWT Yang Maha Pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, diantara keduanya secara wajar (Q. S. al Firqon; ayat 67)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

Keluarga besar penulis, terutama ayahanda Muhadi, ibunda Nurul Indayati,
Kedua adek tercinta Fitria Ghestian Nurhanifah dan Serly Nurhadi Oktavia
yang selalu mendoakan dan kata-katanya selalu memberikan motivasi yang berarti
bagi penulis untuk menyelesaikan karya ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur yang teramat dalam penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan ridho-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam senantiasa penulis haturkan kehadirat Nabi Muhammad SAW, yang senantiasa kita nantikan syafa'atnya kelak dihari akhir.

Karya ini tidak akan pernah ada tanpa bantuan dari berbagai pihak yang telah terlibat. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, peneliti mengucapkan rasa terimakasih yang setinggi-tingginya kepada :

1. Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M. Si, selaku rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. H. M. Lutfi Mustofa, M. Ag, selaku dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Siti Mahmudah, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, nasihat, motivasi, dan berbagi pengalaman yang berharga kepada penulis.
4. Dr. Endah Kurniawati Purwaningtyas, M. Psi selaku dosen wali yang telah membimbing penulis selama perkuliahan.
5. Kedua orang tua ayahanda Muhadi dan ibunda Nurul Indayati yang sudah membiayai (pensuport dana) bagi kelancaran skripsi.

6. Kedua adik perempuan Fitria Ghestian Nurhanifah dan Serly Nurhadi Oktavia yang telah memberikan doa dan dukungan yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Ardi Pribadi yang selalu memberiku motivasi, semangat dan bantuan dalam proses pengerjaan skripsi.
8. Sahabat saya Razia Ulfa, Kartika Candra Dewi, Dewi Arrum Karomah dan segenap teman-teman HIMAJO yang senantiasa mendampingi, memotivasi dan membantu penulis pada saat saya mengerjakan skripsi.
9. Teman-teman yang sama-sama berjuang untuk menyelesaikan penelitian ini: Fauqi Ulumil, Amelia Retno, Priscila O, Jam'iyatus S, Faizatusholicha, Agung, Akbar, Rizky dan Mbak Direra Sukma yang membantu serta memotivasi penulis.
10. Seluruh teman-teman di angkatan 2013, yang berjuang bersama-sama untuk meraih mimpi, terima kasih atas kenang-kenangan indah yang dirajut bersama dalam menggapai mimpi.
11. Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 yang telah membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu penulis ucapkan banyak terima kasih.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca.

Malang, 3 Maret 2017
Penulis,

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK	xvii
Bab I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	14
BAB II : KAJIAN TEORI.....	16
A. Perilaku Konsumtif <i>Fashion</i> Pakaian.....	16
1. Pengertian Perilaku Konsumtif <i>Fashion</i> Pakaian	16
2. Ciri-ciri Perilaku Konsumtif <i>Fashion</i> Pakaian.....	18
3. Faktor-faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumtif <i>Fashion</i> Pakaian.....	20
4. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif <i>Fashion</i> Pakaian.....	22

5.	Perilaku Konsumtif <i>Fashion</i> Pakaian Menurut Perspektif Islam.....	24
B.	Gaya Hidup Hedonis	26
1.	Pengertian Gaya Hidup	26
2.	Bentuk Gaya Hidup.....	28
3.	Pengertian Hedonis	33
4.	Pengertian Gaya Hidup Hedonis.....	34
5.	Dimensi Gaya Hidup Hedonis	35
6.	Faktor-faktor Yang Memengaruhi Gaya Hidup Hedonis ..	37
7.	Gaya Hidup Hedonis Menurut Perspektif Islam.....	42
C.	Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif <i>Fashion</i> Pakaian.....	44
D.	Hipotesis.....	48
BAB III : METODE PENELITIAN.....		49
A.	Rancangan Penelitian	49
B.	Identifikasi Variabel.....	50
1.	Variabel Independen	51
2.	Variabel Dependen.....	51
C.	Definisi Operasional.....	52
1.	Gaya Hidup Hedonis	52
2.	Perilaku Konsumtif <i>Fashion</i> Pakaian	53
D.	Populasi dan Sampel	53
1.	Populasi.....	53
2.	Sampel.....	55
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	56
1.	Wawancara.....	57
2.	Skala.....	57
3.	Dokumentasi	62
F.	Instrumen Penelitian.....	63

G. Validitas dan Reabilitas.....	64
H. Analisis Data	67
I. Kategorisasi Variabel	68
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	70
A. Gambaran Lokasi Penelitian	70
1. Profil Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	70
2. Pelaksanaan Penelitian	71
B. Paparan Hasil Penelitian	72
1. Uji Validitas dan Reabilitas	72
a. Uji Validitas	72
b. Uji Reabilitas	74
2. Uji Asumsi	75
a. Uji Normalitas.....	75
b. Uji Linieritas	76
3. Analisis Deskriptif Data Hasil Penelitian	77
a. Analisa Data Gaya Hidup Hedonis	78
1) Mencari <i>Mean</i> Hipotetik (M) dan Standar Deviasi Hipotetik (SD)	78
2) Menentukan Kategorisasi	79
3) Menentukan Prosentase	79
b. Analisa Data Perilaku Konsumtif <i>Fashion</i> Pakaian....	81
1) Mencari <i>Mean</i> Hipotetik (M) dan Standar Deviasi Hipotetik (SD)	81
2) Menentukan Kategorisasi	82
3) Menentukan Prosentase	83
c. Analisis Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan perilaku Konsumtif <i>Fashion</i> Pakaian.....	85

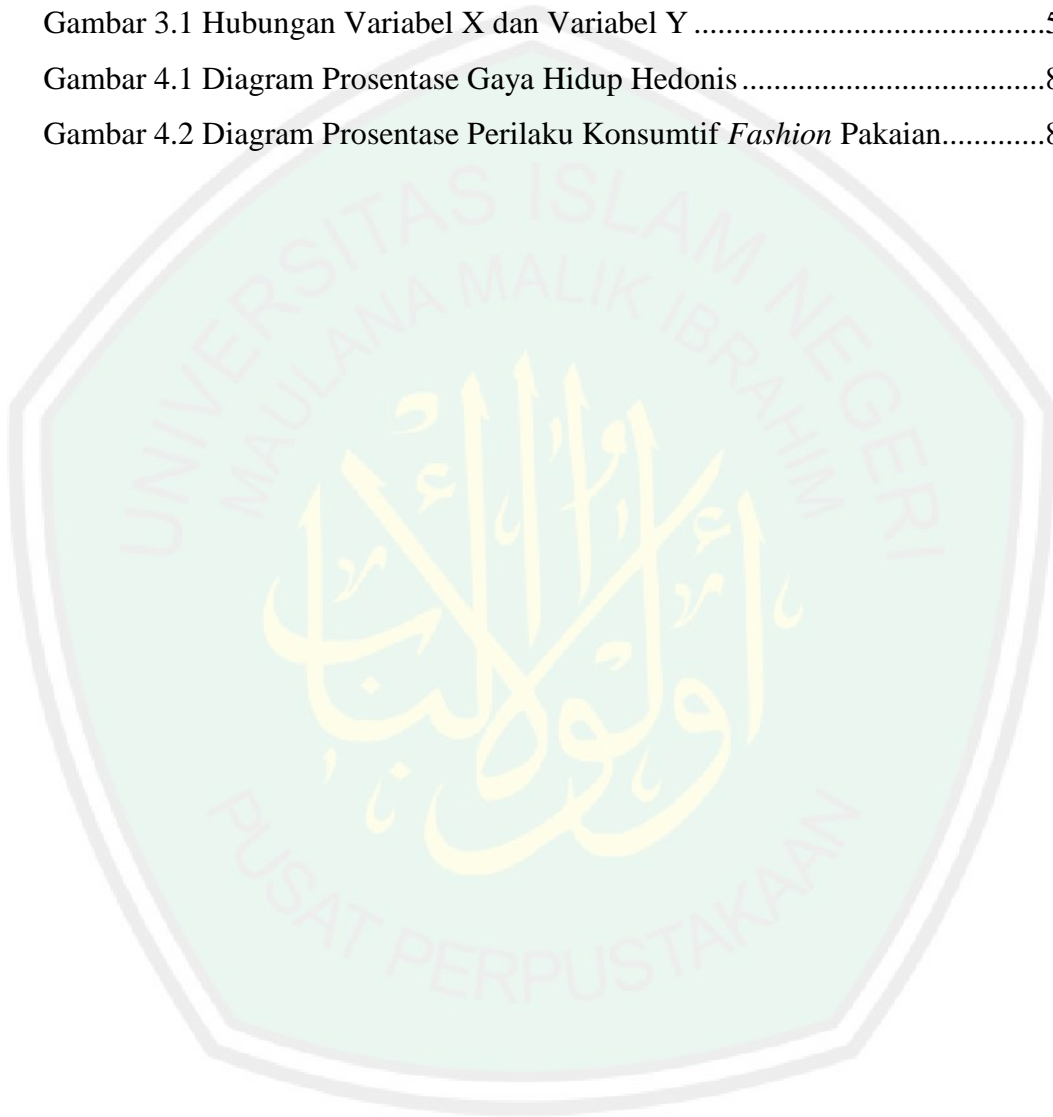
C. Pembahasan.....	87
1. Tingkat Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	87
2. Tingkat Perilaku Konsumtif <i>Fashion</i> Pakaian Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.....	91
3. Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif <i>Fashion</i> Pakaian pada Mahasisw Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	93
BAB V : PENUTUP	97
A. Kesimpulan	97
B. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	100

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Dimensi Gaya Hidup.....	36
Tabel 3.1 <i>Blueprint</i> Gaya Hidup Hedonis.....	60
Tabel 3.2 <i>Blueprint</i> Perilaku Konsumtif <i>Fashion</i> Pakaian	62
Tabel 3.3 Rumus Kategorisasi Gaya Hidup Hedonis dan Perilaku Konsumtif <i>Fashion</i> Pakaian	69
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Gaya Hidup Hedonis.....	72
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif <i>Fashion</i> Pakaian	73
Tabel 4.3 Koefisien <i>Alpha Cronbach</i> Dua Variabel	74
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas <i>One-Sample Kolmogorov – Smirnov Test</i>	75
Tabel 4.5 ANOVA Table	76
Tabel 4.6 Norma Kategorisasi ua Variabel.....	77
Tabel 4.7 Rangkuman Hasil Data Statistik Gaya Hidup Hedonis	78
Tabel 4.8 Kategorisasi Gaya Hidup Hedonis.....	79
Tabel 4.9 Frekuensi dan Prosentase Tingkat Gaya Hidup Hedonis.....	80
Tabel 4.10 Rangkuman Dan Hasil Statistik Perilaku Konsumtif <i>Fashion</i> Pakaian	82
Tabel 4.11 Kategorisasi Perilaku Konsumtif <i>Fashion</i> Pakaian	82
Tabel 4.12 Frekuensi dan Prosentase Tingkat Perilaku Konsumtif <i>Fashion</i> Pakaian	83
Tabel 4.13 Hasil Uji Korelasi Dua Variabel.....	85
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier	86

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Hubungan Variabel X dan Variabel Y	50
Gambar 4.1 Diagram Prosentase Gaya Hidup Hedonis	81
Gambar 4.2 Diagram Prosentase Perilaku Konsumtif <i>Fashion</i> Pakaian.....	84



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Skala Penelitian	107
Lampiran 2 Skor Hasil Gaya Hidup Hedonis	113
Lampiran 3 Skor Hasil Perilaku Konsumtif Fashion Pakaian	122
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	128
Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas	138
Lampiran 6 Hasil Linieritas.....	139
Lampiran 7 Hasil Uji Korelasi	141
Lampiran 8 Hasil Regression	142
Lampiran 8 Hasil Kategorisasi Keseluruhan	144
Lampiran 9 Surat Penelitian.....	149
Lampiran 10 Hasil Wawancara.....	150
Lampiran 11 Daftar Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.....	155

ABSTRAK

Dewy Alifiyah Rachma, 13410129., Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif *Fashion* Pakaian pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Skripsi, Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2017.

Seiring dengan berkembangnya zaman dan teknologi yang semakin maju membuat perubahan yang menyakup hampir seluruh pada bidang kehidupan. Termasuk pada gaya hidup yang selalu mengikuti perkembangan setiap waktu membuat masyarakat khususnya mahasiswa berlomba-lomba mengikuti gaya hidup modern yang menuju pada gaya hidup hedonis. Hampir seluruh mahasiswa cenderung melakukannya untuk mendapatkan status sosial pada pada kelompok ataupun masyarakat dan di terima di lingkungan pergaulannya. Gaya hidup hedonis dapat dilihat melalui barang-barang yang mereka kenakan berupa barang dengan nama bermerek tertentu yang tidak semua orang memilikinya. Sehingga dari gaya hidup hedonis tersebut menyakut pada perilaku konsumtif yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dari bergaya hidup hedonis tersebut, dimana perilaku konsumtif ini tidak lagi untuk memenuhi kebutuhan pokok melainkan memenuhi hasrat keinginan dari dalam individu. Perilaku konsumtif yang banyak terjadi adalah perilaku konsumtif yang mengarah pada bidang *fashion* pakaian yang sekarang menjadi bahan topik pembicaraan dikalangan mahasiswa.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif *fashion* pakaian pada mahasiswa Jurusan Manajemen FE angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Dimana hipotesis yang diajukan adalah adanya hubungan gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif *fashion* pakaian pada mahasiswa Jurusan Manajemen FE angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Metode penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif, menggunakan penelitian korelasi karena untuk mengetahui adanya hubungan gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif *fashion* pakaian. Serta pengambilan data dengan menggunakan skala *Likert*

Dari uji analisis diperoleh hubungan yang sigifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif *fashion* pakaian pada mahasiswa Jurusan Manajemen FE angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrhaim Malang dengan koefisien korelasi sebesar $r = 0,226$, $p = 0,002 < 0,05$ Artinya semakin tinggi gaya hidup hedonisnya maka semakin tinggi perilaku konsumtif *fashion* pakaian. Sebaliknya, jika semakin rendah gaya hidup hedonism aka semakin rendah perilaku konsumtif *fashion* pakaianya.

Kata Kunci : Gaya Hidup Hedonis, Perilaku Konsumtif *Fashion* Pakaian

ABSTRACT

Dewy Alifiyah Rachma, 13410129. The Significant Relation between Hedonistic Lifestyle and Consumptive Behavior on Management Students' Fashions in UIN Malang 2015, Thesis, Psychology Faculty of Islamic State Maulana Malik Ibrahim Malang, 2017.

As the time passes by, technology development shows an obvious trend. The development of technology eventually makes some changes in some aspects of life, including people's lifestyle. Some people try to follow the trend by changing their style of living to hedonistic style, not to mention, the university students. Most of university students force themselves to keep up with modern way of living to get their desired social status. Hedonistic lifestyle can be seen through the items students wear and this condition drags them to have a consumptive behavior. The consumptive behavior on the students lies on the aspect of fashion, which has become a hot topic among university students.

This study aims to know the relation between hedonistic lifestyle and consumptive behavior on fashion among Management students at UIN Malang in 2015. The hypothesis of the study is the strong relation between hedonistic lifestyle and consumptive behavior on fashion among Management students at UIN Malang in 2015.

A research method used in this study is a quantitative approach. To know the relationship between hedonistic lifestyle and consumptive behavior on fashion, correlation study is applied. Furthermore, data is taken by using *Likert* scale.

The result of the study shows that there is a significant relation between hedonistic lifestyle and consumptive behavior on fashion among Management students at UIN Malang in 2015. The correlation coefficient obtained was $r = 0.226$, $p = 0.002 < 0.05$. It means that the higher hedonistic lifestyle, the higher consumptive behavior on fashion. Conversely, the lower hedonistic lifestyle is, the lower consumptive behavior on fashion.

Keywords: Hedonistic lifestyle, Consumptive Behavior on Fashion

مستخلص البحث

دوى البنفاه راحهما، 13410129، المتعة العلاقة نمط الحياة مع سلوك الأنماط الاستهلاكية الموضة في الكلية الطلاب التخصص في كليه الاداره للقوي الاقتصادية في عام 2015 في جامعة الاسلامية مولانا مالك ابراهيم مالانج، اطروحه ، كليه علم النفس في جامعة الاسلامية مولانا مالك ابراهيم مالانج، 2017

إلى جانب تطور العصر والتكنولوجيا المتطورة بشكل متزايد لآحداث تغييرات في جميع مجالات الحياة تقريبا. وشملت في نمط الحياة--مواكبه حتى الآن كل الوقت مما يجعل الجمهور وخاصة الطلاب يتنافسون علي اتباع أسلوب الحياة الحديثة التي أدت إلى أسلوب الحياة المتعة. ويميل جميع الطلاب تقريبا إلى القيام بذلك للحصول علي المركز الاجتماعي في مجموعه أو مجتمع محلي وفي استقباله في بيئة الجماع. ويمكن رؤية نمط الحياة المتعة من خلال البنود التي يرتدونها في شكل سلع مع اسم محدد وصفت ان ليس كل شخص لديه. التالي فان أسلوب حياه المتعة من التسول علي سلوك المستهلك الذي يجري لتلبية احتياجات نمط حياه المتعة ، حيث السلوك الاستهلاكي لم يعد لتلبية الضروريات الاساسيه ولكن الرغبة من داخل الفرد. السلوك الاستهلاكي ان الكثير يحدث هو السلوك الاستهلاكي الذي يؤدي إلى ميدان الملابس الموضة هو الآن موضوع المحادثة بين المواد الطلاب.

ويهدف هذا البحث إلى معرفه ما إذا كانت هناك علاقة مع نمط الحياة المتعة السلوك المستهلك اللباس في كليه الطلاب التخصص في كليه الاداره الاقتصادية لقوات الاقتصاد عام 2015 مولانا مالك إبراهيم فؤاد. حيث الفرضية المقترحة هي وجود علاقة من نمط الحياة والسلوك من الملابس الاستهلاكية الموضة المتعة في كليه الاداره الاقتصادية الكبرى القوه لعام 2015 مولانا مالك إبراهيم فؤاد مالانج.

طريقه البحث في منطق النهج الكمي ، باستخدام البحث الارتباط لأنه لمعرفة وجود علاقة نمط الحياة وسلوك المستهلك المتعة الموضة الملابس. فضلا عن استرجاع البيانات باستخدام مقياس التشابه

اختبار تحليل العلاقات المكتسبة بين المتعة نمط الحياة مع سلوك الملابس الموضة الاستهلاكية في كليه الاداره الاقتصادية الكبرى القوه في عام 2015 في مالانج البنك مولانا مالك مع معامل الارتباط $r = 0.226$ ، $p = 0.002$ 0.05 يعني اعلي مستوي المتعة علي نمط الحياة ثم ارتفاع السلوك الاستهلاكي للملابس الموضة. وعلي العكس من ذلك ، إذا كان انخفاض أنماط الحياة من المتعة الملقب بانخفاض سلوك الاستهلاك من ملابس الموضة.

الكلمات الرئيسية: أسلوب الحياة المتعة ، أزياء سلوك المستهلك الملابس

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Mahasiswa tergolong masa usia remaja, masa remaja yang merupakan periode transisi kehidupan manusia dari anak-anak menuju dewasa, dalamnya terdapat proses pencarian jati diri. Hal ini menyebabkan seorang remaja mudah untuk ikut atau terimbas dari hal-hal yang tengah terjadi disekitarnya (Santrock, 2012). Masa remaja sendiri dapat diartikan sebagai bagian dari fase perkembangan dalam kehidupan seorang individu. Masa yang ditandai dengan percepatan perkembangan fisik, mental, emosional, sosial, dan berlangsung pada dekade kedua masa kehidupan (Santrock, 2012). Batasan usia remaja yang umum digunakan oleh para ahli adalah anatara 12 hingga 21 tahun. Rentang waktu usia remaja ini biasanya dibedakan atas tiga, yaitu: 12-15 tahun (remaja awal), 15-18 tahun (remaja pertengahan), dan 18-21 tahun (masa remaja akhir) (Desmita, 2009).

Mahasiswa merupakan bagian dari masyarakat melalui lingkungannya menemukan adanya pergaulan masyarakat kota besar yang mengarah pada pemenuhan kebutuhan hidup. Fenomena tersebut sangat erat kaitannya dengan lingkungan kampus, dimana banyak sekali keaneragam sosial dan budaya untuk bersosialisasi dan mampu beradaptasi agar dapat menyesuaikan diri di

lingkungan ia tinggal. Mahasiswa yang sebagian besar merupakan mahasiswa rantau, membuat mereka sangat mudah terpengaruh oleh lingkungan tempat ia tinggal, dengan alasan harga diri yang tinggi dan juga karena jauh dari pantauan orang tua. Sehingga dari fenomena tersebut mengakibatkan terjadinya pemenuhan kebutuhan yang semakin banyak mengarahkan mahasiswa yang merupakan pada kategori usia remaja pada perilaku konsumtif menurut Tambunan, (dalam Fardhani dan Izzati, 2013).

Lubis (dalam Fardhani dan Izzati, 2013) menyatakan bahwa, pembelian karena mengikuti dorongan-dorongan keinginan untuk memiliki dan bukan didasarkan pada kebutuhan itulah yang disebut dengan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif yang dilakukan mahasiswa pada penelitian ini mengarah pada perilaku konsumtif *fashion* pakaian. *Fashion* adalah mengenai pakaian atau busana, dan berbicara tentang pakaian adalah mengenai suatu yang sangat dekat dengan diri kita. *Fashion* yang sekarang menjadi *tranding* topik pembicaraan mahasiswa khususnya pada mahasiswa yang memiliki gaya hidup hedonis, *fashion* akan menjadi salah satu hal yang sangat penting untuk di perbincangkan karena merupakan suatu hal yang dapat membedakan individu satu dengan yang lainnya sehingga setiap orang akan memiliki ciri khas tersendiri. Carlyle (dalam Fakhrunnisa, 2016) mengatakan bahwa pakaian adalah perlambangan jiwa, sehingga pakaian tidak dapat dipisahkan dari perkembangan sejarah kehidupan dan budaya manusia.

Perilaku konsumtif *fashion* pakaian menjadikan pusat perbelanjaan bersaing untuk menjual produknya demi mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Berbagai cara akan mereka lakukan untuk menarik konsumen agar tertarik untuk membeli barang dagangan mereka, misalnya dengan cara memberikan harga diskon, *buy one get one*, dan memberikan *voucher* gratis pada produk atau aitem tertentu yang dijual. Sehingga fenomena seperti ini akan semakin membuat masyarakat untuk terus berperilaku konsumtif *fashion* pakaian dalam memenuhi kebutuhan yang bukan merupakan suatu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi dalam memberikan kepuasan hidup menurut Tambunan (dalam Ajizah, 2010).

Menurut Islam sebagai agama yang sempurna, telah memberikan rambu-rambu berupa batasan-batasan serta arahan-arahan positif dalam berkonsumsi. Seorang muslim haruslah senantiasa mengkonsumsi sesuatu yang pasti membawa manfaat dan mashlahat, sehingga jauh dari kesia-siaan. Karena kesia-siaan adalah kemubadziran, dan hal seperti itu dilarang dalam Islam. Ukuran dalam mengkonsumsi juga diajarkan oleh Islam yaitu tidak membelanjakan harta mereka secara berlebih-lebihan di luar batas kewajaran (Firdaus, 2009). Dari penjelasan tersebut sesuai dengan Firman Allah SWT dalam al-Quran surat al-Furqon ayat 67:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا (٦٧)

Artinya:

“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanja itu) di tengah-tengah antara yang demikian” (Q.S al-Furqon ayat 67)

Selain itu Islam juga mengarahkan pada umatnya dalam berkonsumsi agar tidak melakukan tiga hal yang sudah diajarkan yaitu: Pertama, jangan boros karena seorang dituntut untuk selektif dalam membelanjakan hartanya. Kedua, menyeimbangkan pengeluaran dan pemasukan sehingga sedapat mungkin tidak berhutang, karena hutang menurut Rasulullah SAW akan melahirkan keresahan di malam hari dan mendatangkan kehinaan di siang hari. Ketiga, tidak bermewah-mewahan. Karena Islam juga melarang umatnya hidup dalam kemewah-mewahan (Firdaus, 2009).

Berdasarkan pada wawancara yang dilakukan pada bulan Desember 2016 di lapangan menunjukkan bahwa konsumen yaitu mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maliki Malang. Mereka menganggap bahwa berbelanja ke *Mall* merupakan suatu hiburan atau sebuah rekreasi. Perilaku tersebut mereka lakukan semata untuk menghilangkan rasa jenuh setelah perkuliahan, dan ketika mendapatkan banyak tugas yang diberikan oleh dosen saat perkuliahan. Perilaku tersebut mereka lakukan semata agar terlihat modis dan memiliki status sosial di mata teman-teman atau mahasiswa yang lainnya. Dari fenomena di atas, didukung oleh hasil wawancara kepada beberapa mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang adalah sebagai berikut ini:

Subjek 1:

“Saya sering membeli baju di *mall* atau *distribution outlet* kurang lebih satu sampai dua kali dalam sebulan itupun jika *badget* mencukupi, jikalau pun tidak mencukupi saya tetap menabung dan membeli baju dengan jumlah yang lebih banyak, karena menurut saya terlihat modis itu penting bagi saya” (wawancara Januari 2017)

Subjek 2:

“Ketika saya sedang berbelanja kebutuhan pokok, saya sering tergiur dan membeli barang yang seharusnya tidak saya butuhkan dan meletakkannya ke dalam keranjang belanjaan. Hal tersebut sebenarnya membuat saya rugi ketika barang tersebut menjadi sia-sia karena tidak terpakai, kemudian saya jual kembali dengan harga yang murah, meskipun saya rugi hal tersebut sudah membuat hati saya senang minimal sudah pernah memiliki barang tersebut jika ditanya oleh teman-teman” (wawancara Januari 2017)

Adapun hasil penelitian-penelitian terdahulu, Munazzah (2016) dengan judul hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Dengan hasil korelasi variabel $r = -.304^*$ $p = 0.001$, yang artinya hipotesis dalam penelitian ini diterima. Semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif pada mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, dan sebaliknya jika semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Sedangkan pada hasil penelitian dari Arianto (2016) dengan judul perilaku konsumtif dan gaya hidup mahasiswa (studi pada mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi pengguna *online shop* di Universitas Islam Negeri Sunan

Ampel Surabaya) menyatakan bahwa motif dari berperilaku konsumtif *online shop* pada mahasiswa adalah gaya hidup yang ingin selalu terlihat *up to date* barang terbaru dalam membentuk citra diri di lingkungan sekitarnya.

Kini busana yang lebih luas disebut *fashion* sudah merupakan bagian dari sebuah gaya hidup yang mengarah pada *lifestyle*, karena dengan *fashion* terkini seseorang bisa menunjukkan kualitas gaya hidupnya. Pamor seseorangpun bisa ikut terdongkrak ketika menggunakan *fashion* yang sedang *trend* (*fashionable*). Istilah untuk orang-orang yang amat sangat menyukai *fashion* sebagai gaya hidup biasa disebut dengan *fashionister* atau *fashionista*. *Trend fashion* menyusup ke dalam ideologi konsumen, menanamkan cara pandang untuk melihat *fashion* sebagai gaya hidup dan merk adalah salah satu bagian dari *fashion*, maka merk dianggap sebagai gaya hidup masa kini (Hadijah, 2014).

Gaya hidup yang semakin bertambah, mengarah pada gaya hidup hedonis adalah individu yang memandang secara positif mengenai kesenangan dan akan mengambil atau memnfaatkan sekecil apapun untuk mencapai kesenangan yang diharapkan. Individu dengan gaya hidup hedonis di satu sisi diasosiasikan dengan citra hidup yang baik dan seni. Gaya hidup sendiri akan menjadi adiktif, superfisial, sikap yang tidak bertanggung jawab dan cara berpikir yang egois menurut Veenhoven (dalam Ningsih, 2016)

Gaya hidup hedonis ini muncul dari paham hedonisme yang telah ada sejak zaman dahulu. Terkadang orang tampil lebih baik saat di tengah-tengah orang lain ketimbang saat mereka sendirian. Reaksi ini dinamakan *social*

facilitation (fasilitasi sosial). Mengapa kehadiran orang lain memotivasi kita, karena ada tendensi bawaan untuk membangkitkan motivasi ketika ada orang lain. Pandangan kedua menyatakan bahwa orang lain dapat membangkitkan motivasi kita karena kita memikirkan bagaimana orang lain itu akan menilai kita dan kita ingin memberikan kesan positif (Taylor, Peplau, dan Sears, 2009).

Manusia pada umumnya selalu menginginkan kesenangan dan kenikmatan dalam hidupnya. Akan tetapi, kesenangan atau kebahagiaan yang terdapat dalam gaya hidup hedonis masa kini hanya sekedar kesenangan dunia yang cenderung berdampak negatif. Sebagaimana dengan gaya hidup hedonis menjadi tantangan terbesar bagi remaja muslim saat ini dalam bergaya hidup, yang seolah sudah mengurat nadi, karena gaya hidup yang merupakan bertentangan dengan Islam ini digemari dan dijadikan sebagai gaya hidup anak muda masa kini, kaya atau miskin, ningrat atau jelata, sarjana atau kaum ploreter, di desa maupun di kota yang sepakat menjadikan hedonis yang merupakan kebiasaan hidup orang barat menjadi panutan dalam pergaulannya (Lestari, 2016).

Firman Allah SWT dalam al-Quran surat Huud ayat 116 yang berisi bahwa:

“Dan orang-orang yang zalim hanya mementingkan kenikmatan yang mewah yang ada pada mereka, dan mereka adalah orang-orang yang berdosa”

Sebenarnya dalam Islam tidak menghalangi umatnya untuk bersenang-senang dalam mencapai kebahagiaan dalam kehidupannya. Namun Islam mengajarkan pada manusia untuk tidak berlebihan dalam menjalankannya,

karena dengan berlebihan manusia akan menjadi lupa dan lalai dengan tipu daya dunia. Gambaran seperti ini sudah jelas ada di dalam al-Quran Allah SWT berfirman:

وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا لَعِبٌ وَلَهْوٌ وَلَدَارُ الْآخِرَةِ خَيْرٌ لِلَّذِينَ آمَنُوا أَفَلَا تَعْقِلُونَ (٣٢)

Artinya:

“Dan tidak (dinamakan) kehidupan dunia melainkan permainan yang sia-sia dan hiburan yang melainkan; dan demi sesungguhnya negeri akhirat itu lebih baik bagi orang yang bertakwa. Oleh itu, tidaklah kamu mau berfikir” (Q.S al-An’am: 32)

كَلَّا بَلْ تُحِبُّونَ الْعَاجِلَةَ (٢٠) وَتَذَرُونَ الْآخِرَةَ (٢١)

Artinya:

“Sadarlah wahai orang yang lalai. (sebenarnya kamu tidak ingatkan kesudahan kamu) bahkan kamu senantiasa mencintai (kesenangan dan kemewahan dunia) yang cepat habisnya. Dan kamu tidak menghiraukan (bekalan untuk) hari akhirat (yang kekal abadi kehidupannya)” (Q.S al-Qiyamah: 20-21)

Dari penjelasan di atas hendaknya menjadi gambaran bagi kita dalam menjalani hidup. Karena apapun yang dilakukan secara berlebihan itu memang tidak baik dan akan merusak diri kita sebagai manusia yang dibudidayakan oleh dunia. Nabi Muhammad SAW selalu mengajarkan kepada umatnya untuk menggunakan segala sesuatu dengan seperlunya tidak kurang dan tidak lebih agar tidak terciptanya hidup yang berlebihan.

Berdasarkan observasi di Fakultas Ekonomi terutama pada mahasiswa Jurusan Manajemen angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

banyak yang berpenampilan modis dan uptodate dilihat dari model pakaian yang mereka kenakan. Dan hasil membuktikan bahwa hamper semua dari subjek selalu melakukan kegiatan di luar rumah. Baik itu melakukan kegiatan yang berkaitan dengan perkuliahan maupun hanya sekedar refresing untuk merelaksasikan pikirannya setelah lelah kuliah seharian dengan nongkrong di warung kopi, *cafe*, atau hanya sekedar berjalan-jalan ke *Mall* bersama teman-teman. Dari hal di atas, didukung oleh hasil wawancara kepada beberapa mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang adalah sebagai berikut ini:

Subjek 3:

“Saya selalu tampil modis setiap hari, karena dengan berpenampilan modis saya akan terlihat kece dan keren di kalangan teman-teman saya, dan saya juga suka berjalan-jalan dengan teman-teman saya baik ke *cafe*, *Mall*, maupun tempat hiburan lainnya meskipun hanya sekedar mengobrol dan berkumpul”

Subjek 4:

“Saya tidak pernah lepas dari *handphone* karena dengan saya selalu *online* di *social media* saya tidak akan ketinggalan berita tentang perubahan yang ada, dan karena saya adalah orang yang suka melakukan pembelian barang melalui *online shop*”

Dari hasil observasi dan wawancara di atas di perkuat lagi dengan beberapa penelitian terdahulu milik Haryono (2015) yang berjudul hubungan gaya hidup dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja siswa SMA Negeri 5 Samarinda. Dimana hasil menunjukkan bahwa ada hubungan gaya hidup dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja di SMA 5 Samarinda dengan $r = 0,894$ dan $p = 0.000$. Dari hasil analisis regresi bertahap didapatkan hasil bahwa terdapat hubungan anatara gaya hidup dengan perilaku

konsumtif dengan $\beta = 0,059$, $t = 2,208$, dan $p = 0,029$. Kemudian pada konformitas dengan perilaku konsumtif terdapat hubungan dengan $\beta = 0,947$, $t = 35,415$, dan $p = 0,000$.

Sedangkan pada hasil penelitian dari Patricia, dkk (2014) yang berjudul pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X". Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif signifikan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada Pramugari Maskapai penerbangan "X". Dengan hasil regresi linier didapatkan nilai yang signifikan $p = 0,000$ ($p < 0,05$), yang artinya semakin tinggi gaya hidup hedonis pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X", maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan beberapa mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Kenyataan yang muncul terjadi di lapangan adalah fenomena yang menunjukkan beberapa mahasiswa memiliki gaya hidup hedonis yang tinggi sehingga menyebabkan timbulnya perilaku konsumtif pada dalam diri mereka, terutama dalam pada bidang fashion pakaian yang sekarang sedang marak menjadi isu yang sering menjadi bahan diskusi bagi kalangan mahasiswa. Menurut mereka *fashion* pakaian sangat penting untuk dipikirkan, karena dengan mereka menggunakan *fashion* pakaian yang bagus dan menarik akan membuat mereka menjadi terlihat modis. Demi menunjang gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif *fashion* pakaian yang mereka lakukan dengan

cara menabung, terkadang jika mendesak mereka bisa melakukan peminjaman uang kepada temannya sendiri demi mendapatkan dan memenuhi hasrat dalam diri mereka.

Gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif *fashion* pakaian bukan hanya terlihat pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang saja, namun pada jurusan lainnya seperti Akuntansi, Perbankan Syariah yang berada dalam Fakultas Ekonomi. Namun karena Jurusan Manajemen angkatan 2015 lebih terlihat menojol gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif *fashion* pakaian, akhirnya peneliti memilih mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang menjadi subjek dalam penelitian ini.

Seorang individu akan mengubah sikap karena adanya faktor penguat yang memengaruhi perilakunya, karena pada masa remaja model utama adalah teman-teman sebayanya. Proses belajar menjelaskan bahwa perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari suatu pengalaman dan kebanyakan perilaku manusia adalah hasil dari sebuah proses belajar. Individu yang mempunyai *self esteem* (harga diri) rendah tidak akan memiliki sikap sendiri. Sebaliknya individu yang memiliki *self esteem* (harga diri) yang tinggi akan memiliki sikap sendiri dalam menentukan perilakunya mengarah ke yang lebih baik. Mendengarkan kata hati adalah hal yang sering menyebabkan seorang individu akan memiliki *self esteem* (harga diri) tinggi tidak akan bisa dipengaruhi oleh orang lain dibandingkan dengan individu yang memiliki *self*

esteem (harga diri) rendah. Ini adalah faktor yang dapat menjelaskan mengapa individu mudah meniru orang lain, dimana sebagian individu lainnya tidak dapat dipengaruhi, sebaliknya mereka menginginkan diri mereka agar ditiru oleh orang lain. Setiap orang memiliki banyak model untuk ditiru. Individu mengikuti seorang model dari segi berpakaian daripada gaya bicarannya yang mengikuti model yang lain. Karena setiap remaja pasti ingin tampil cantik, tampan, dan menarik sesuai dengan karakter dan kepribadiannya.

Remaja lebih banyak meniru gaya dan tingkah laku tokoh remaja pujaan mereka. Menurut teori Bandura (dalam Laila, 2015) belajar terjadi dalam beberapa tahapan peristiwa. Tahapan-tahapan ini berawal dari adanya peristiwa stimulus atau sajian perilaku model dan berakhir dengan penampilan atau kinerja (*performance*) tertentu sebagai hasil atau perolehan belajar seorang mahasiswa. Tahapan-tahapan dalam proses belajar tersebut adalah sebagai berikut ini: (1) tahapan perhatian (*attention phase*), dimana seorang mahasiswa akan mencari atau memusatkan perhatiannya pada suatu objek yang lebih menarik, (2) tahapan penyimpanan dalam ingatan (*retention phase*), pada proses ini informasi akan ditangkap dan tersimpan dalam memori, (3) tahap reproduksi (*reproduction phase*), pada proses ini segala informasi yang tadinya didapat dan disimpan dalam ingatan akhirnya mulai di produksi, (4) tahap motivasi (*motivation phase*), selanjutnya pada tahap terakhir dalam proses terjadinya peristiwa-peristiwa atau perilaku belajar adalah tahap penerimaan yang dapat berfungsi sebagai *reinforcement* (penguatan) bersemayamnya segala informasi dalam memori. Proses belajar tersebut akan

terjadi dengan bantuan dari pihak eksternal seperti keluarga, teman, atau lingkungan di sekitarnya untuk dijadikan model dalam dalam hidup. Model tersebut yang akan mengubah perilaku dari seorang individu dalam menentukan jati dirinya dan menemukan status sosial di sekitarnya

Dari fenomena di atas peneliti merasa tertarik untuk melakukan kajian lebih lanjut bertemakan gaya hidup dan perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Maka penelitian yang dilakukan berjudul “Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif *Fashion* Pakaian Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Angkatan 2015 Uin Maulana Malik Ibrahim Malang”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat gaya hidup hedonis pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang?
2. Bagaimana tingkat perilaku konsumtif *fashion* pakaian pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang?
3. Adakah hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif *fashion* pakaian pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tingkat gaya hidup hedonis pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Untuk mengetahui tingkat perilaku konsumtif *fashion* pakaian pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
3. Untuk mengetahui adanya hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif *fashion* pakaian pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari adanya penelitian hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif *fashion* pakaian mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang adalah sebagai berikut ini:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu psikologi terutama psikologi industry, psikologi konsumen, psikologi perkembangan dan psikologi sosial.

2. Manfaat Praktisi

a. Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan sebagai acuan gaya hidup bagi seseorang khususnya mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang agar lebih mengerti baik atau buruknya gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif *fashion* pakaian.

b. Pihak Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi

Penelitian ini diharapkan dijadikan sebagai pertimbangan pengambilan keputusan, jika dirasa dari perilaku gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif *fashion* pakaian tersebut dapat menghambat peringkat tingginya nilai akademik. Dimohon untuk mengadakan pelatihan demi meminimalisirkan perilaku konsumtif *fashion* pakaian.

c. Peneliti selanjutnya

Hasil *penelitian* ini diharapkan menjadi sumbangsih pemikiran dan pengetahuan tentang tingkat gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif *fashion* pakaian sebagai langkah untuk mengetahui hubungan antara keduanya, yaitu hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif

fashion pakaian mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Perilaku Konsumtif Fashion Pakaian

1. Pengertian Perilaku Konsumti *Fashion* Pakaian

Pada era perkembangan zaman yang semakin maju dan peradaban yang serba canggih dan cepat dalam menghasilkan produk-produk yang beraneka ragam yang digunakan untuk kebutuhan manusia. Salah satu yang sangat berkembang dan dapat memengaruhi manusia adalah dunia *fashion*, terutama *fashion* pakaian yang semakin berkembang mengikuti perkembangan zaman yang semakin maju dengan keluar masuknya dunia barat yang semakin mudah dalam memengaruhi masyarakat terutama pada seorang mahasiswa. Pakaian sebenarnya adalah sebuah kebutuhan primer yang sangat dibutuhkan oleh manusia di dunia dan perkembangannya cukup signifikan, sehingga mempengaruhi manusia untuk berperilaku konsumtif bagi para *fashionista* pakaian (Hadijah, 2014).

Perilaku konsumtif sendiri merupakan sebuah kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batasnya dalam memenuhi keinginan dalam dirinya, manusia membeli sesuatu yang berlebihan atau secara tidak terencana. Terbentuknya perilaku konsumtif pada

masyarakat terjadi karena adanya pengaruh dari budaya barat yang semakin marak dalam memengaruhi perilaku masyarakat khususnya mahasiswa. Dari beberapa faktor yang diantaranya adalah era globalisasi yang sangat pesat berkembangnya.

Berikut ini dikemukakan beberapa pengertian perilaku konsumtif *fashion* pakaian menurut para ahli. Anggasari (dalam Sumartono, 2002), menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah sebuah tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan.

Menurut Lubis (dalam Sumartono, 2002), perilaku konsumtif adalah perilaku membeli yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak lagi rasional lagi.

Pendapat lain dikemukakan oleh Asry (dalam Devya, 2015) mengatakan bahwa konsumtif merupakan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal, konsumtif yang biasanya digunakan untuk menunjukkan perilaku konsumen yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok.

Konsumtivisme merupakan paham hidup secara konsumtif, dimana orang yang konsumtif dapat dikatakan tidak lagi mempertimbangkan fungsi atau kegunaan ketika membeli Amstrong (dalam Devya, 2015).

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli tersebut maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah sebuah perilaku dari seorang individu yang memenuhi kebutuhannya atas dasar keinginan bukan atas dasar kebutuhan yang didasari oleh sebuah pertimbangan yang rasional sehingga menjadikan individu tersebut berlebihan yang bersifat pemborosan. Konsumsi tanpa batas ini adalah konsumsi terhadap *fashion* pakaian, seperti yang kita ketahui bahwa pakaian adalah sebuah kebutuhan pokok yang harus dipenuhi oleh seorang individu untuk menutupi bagian tubuh mereka. Namun karena semakin berkembangnya *fashion* pakaian menjadikan seorang individu menjadi lepas kontrol dalam mengonsumsi *fashion* pakaian secara berlebihan dan hal tersebut menjadikan pakaian tidak lagi menjadi suatu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi.

2. Ciri-ciri Perilaku Konsumtif *Fashion* Pakaian

Seorang individu akan memiliki ciri khas masing-masing dalam mengonsumsi sesuatu, termasuk dalam berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif sangat bermacam-macam dan memiliki ciri khas tertentu, salah satunya adalah perilaku konsumtif *fashion* pakaian. Dalam gaya

(penampilam) yang mereka punya akan memberikan ciri khas yang tidak dapat disamakan satu sama lainnya. Berikut ini akan dikemukakan beberapa ciri-ciri perilaku konsumtif *fashion* pakaian menurut beberapa para ahli.

Dahlan (dalam Sumartono, 2002), menyatakan bahwa perilaku konsumtif dapat ditandai dengan adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata.

Pendapat lain dikemukakan oleh Wirjawan (dalam Devya, 2015) menyatakan bahwa salah satu ciri sikap perilaku konsumtif adalah tidak bisa membedakan antara kebutuhan dan keinginan, yaitu sepanjang mampu membeli, apapun dibeli, meski barang tersebut bukan merupakan kebutuhan mendesak. Setiap ada produk-produk yang muncul dipasaran seperti telepon genggam, gadget, laptop, kosmetik, baju, sepatu, tas, berusaha membelinya, meski belum lama sudah beli produk serupa.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli tersebut maka dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri dari perilaku konsumtif adalah seorang individu tidak dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginannya, serta bergaya hidup mewah yang berlebihan dalam memenuhi hasrat kesenangan dan keinginan yang semata dilakukan dalam memenuhi

setiap hasrat keinginannya. Seperti halnya pada dunia *fashion* pakai seorang individu selalu mencari dan mencari informasi tentang mode terbaru dari *fashion* pakaian yang ia sukai, semakin individu tersebut terlihat kece dan keren maka semakin dirinya bisa terlihat modis dan hal tersebut dapat memudahkan seorang individu dalam bersosialisasi dengan makhluk sosial yang lainnya. Dengan hal ini membuat seorang individu menjadi berlomba-lomba dalam berpenampilan serba mewah dan berlebihan, sehingga mengakibatkan seorang individu tersebut mengarah pada perilaku konsumtif *fashion* pakaian tanpa batas yang bersifat pemborosan.

3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif *Fashion* Pakaian

Faktor yang menyebabkan tingginya perilaku konsumtif *fashion* pakaian pada remaja adalah hadirnya sebuah iklan, konformitas, dan gaya hidup. Hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif juga terjadi pada remaja dengan cara mengikuti penampilan kelompok ataupun karena ingin diterima oleh kelompok, misalnya merek ponsel yang sama atau tipe kendaraan yang sama. Konformitas terjadi apabila individu mengadopsi sikap atau perilaku orang lain karena merasa didesak oleh orang lain. Desakan untuk konform pada kawan-kawan sebaya cenderung sangat kuat selama masa remaja. Berikut ini

dikemukakan beberapa faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif *fashion* pakaian seseorang menurut para ahli.

Adapun faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah faktor emosional dan faktor rasional, dimana remaja yang berperilaku konsumtif dengan faktor emosionalnya saja seperti membeli hanya memperhitungkan gengsi sedangkan remaja yang memperhatikan faktor rasionalnya cenderung memperhitungkan manfaat serta harga diri barang tersebut (Swastha, 1997).

Menurut Amstrong dan Kotler (2003) faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu, hadirnya iklan, konformitas, gaya hidup, dan kartu kredit (Suyasa dan Fransisca, 2005).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif adalah faktor pribadi, faktor sosial, faktor emosional, dan faktor psikologis. Perilaku konsumtif *fashion* pakaian tidak akan terjadi jika pada faktor emosional pada seorang individu dapat terkontrol dengan baik. Karena dari faktor sosial juga memengaruhi terjadinya perilaku konsumtif *fashion* pakaian. Dengan adanya pengontrolan emosional yang baik, meskipun banyak sekali model *fashion* pakaian terbaru dan lebih *trendy* tidak akan memengaruhi terjadinya perilaku konsumtif *fashion* pakaian pada

seorang individu terutama pada mahasiswa yang selalu menginginkan dirinya terlihat modis dan *fashion* dihadapan teman-teman atau sekelompok perkumpulannya.

4. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif *Fashion* Pakaian

Aspek adalah sesuatu yang melekat pada diri sesuatu yang tidak ada pada diri sesuatu yang lainnya, menurut Tambunan (dalam Ajizah, 2010) menyebutkan aspek-aspek dari perilaku konsumtif dalah sebagai berikut :

- a. Adanya suatu keinginan mengonsumsi secara berlebihan.
- b. Pemborosan, perilaku konsumtif yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produknya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok. Perilaku ini ini hanya mendasar pada keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal.
- c. Inefisiensi biaya, pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja yang biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya sehingga menimbulkan infisiensi biaya.

Menurut Deliarnov (2007) perilaku konsumtif terdiri dari dua aspek yaitu aspek positif dan aspek negatif, aspek positif dari perilaku konsumtif antara lain adalah sebagai berikut ini:

- a. Kebutuhan terpenuhi, dengan mengonsumsi barang dan jasa, maka kebutuhan konsumen akan barang dan jasa yang terbaik dari anggaran yang tersedia.
- b. Memberi kemudahan dan rasa nyaman.
- c. Memberi keuntungan kepada pihak penjual, dengan membeli barang dan jasa dari penjual, produsen akan mendapatkan keuntungan berupa uang dari barang atau jasa yang dibeli oleh konsumen.
- d. Menambah pengalaman, hal ini akan terjadi jika konsumen membeli barang dan jasa baru, belum pernah dipakai atau digunakan sebelumnya.

Selain itu, perilaku konsumtif juga memiliki aspek negatif. Salah satunya adalah memupuk sifat dan gaya hidup konsumerisme, yaitu sifat atau gaya hidup yang menganggap barang-barang sebagai ukuran kesenangan, kebahagiaan, dan harga diri.

Dari aspek-aspek perilaku konsumtif di atas maka dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga aspek yang mendasar yaitu: mengonsumsi barang secara berlebih, pemborosan, inefisiensi biaya. Adanya keinginan untuk mengonsumsi secara berlebihan terhadap *fashion* pakaian yang sekarang semakin berkembang disetiap era yang kemudian mengakibatkan pemborosan terhadap setiap individu dengan memanfaatkan uang lebih yang dimilikinya yang bukan menjadi suatu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi, dan rendahnya inefisiensi biaya yang rendah pada seorang

individu juga mengakibatkan mereka selalu terbuju rayuan oleh teman, iklan, yang mengaktifkan cenderung pemborosan.

5. Perilaku Konsumtif *Fashion* Pakaian Menurut Perspektif Islam

Perilaku konsumtif manusia akhir-akhir ini menjadi lepas kontrol, dimana dalam kehidupan keseharian mereka menjadi seorang pemboros. Dalam Islam sebenarnya sudah memberikan batasan serta arahan yang baik untuk manusia bagaimana cara mereka melakukan konsumsi tidak secara berlebihan seperti manusia saat ini. Seorang muslim seharusnya mengetahui bagaimana batasannya dalam berkonsumsi sehingga tidak menjadikannya mubadzir, karena dalam islam sudah diajarkan bagaimana mengonsumsi sesuatu yang pada akhirnya membawa manfaat dan menjauhkannya dari kata sia-sia untuk membelinya.

Allah SWT berfirman dalam al-Quran surat al-Isra' ayat 27 adalah sebagai berikut ini:

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا (٢٧)

Artinya:

“Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Rabbnya.” (Q.S al-Isra' ayat 27).

Yang berarti dalam ayat di atas, seorang pemboros itu adalah saudaranya syaitan dan termasuk kedalam perilaku yang ingkar dalam memanfaatkan apa yang ia miliki namun tidak dapat memanfaatkan secara baik dan benar.

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا (٦٧)

Artinya:

“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanja itu) di tengah-tengah antara yang demikian” (Q.S al-Furqon ayat 67)

Kemudian terdapat juga di dalam al-Quran surat al-Maidah ayat 87 yang artinya adalah sebagai berikut ini:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرَمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ (٨٧)

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas” (Q.S al-Maidah ayat 87).

Islam sudah mengajarkan kepada kita bagaimana manusia harus hidup dalam kesederhanaan karena Allah tidak suka dengan orang yang pemboros, orang yang berlebih-lebihan dalam mengonsumsi sesuatu tidak pada takarannya. Karena dengan berperilaku berlebihan tidak sesuai pada porsinya maka akan bersifat pemborosan untuk diri sendiri. Sama halnya dengan berperilaku konsumtif *fashion* pakaian, jika

mengonsumsinya secara berlebihan tidak sesuai dengan kebutuhannya maka disebut dengan berlebihan (pemborosan) dalam mencari kedudukan, kemewahan dan status sosial dari masyarakat dan Allah SWT tidak suka dengan hal seperti itu.

B. Gaya Hidup Hedonis

1. Pengertian Gaya Hidup

Mahasiswa tergolong masa usia remaja, masa remaja yang merupakan periode transisi kehidupan manusia dari anak-anak menuju dewasa, dalamnya terdapat proses pencarian jati diri. Hal ini menyebabkan seorang remaja mudah untuk ikut atau terimbas dari hal-hal yang tengah terjadi disekitarnya (Santrock, 2012). Mahasiswa yang berada jauh dari lingkungan keluarga mengakibatkan gaya hidup tidak terkontrol dengan baik oleh orang tua sehingga menjadikan mahasiswa dengan mudah terpengaruh oleh gaya hidup budaya barat akan masuk dengan mudah pada kehidupan masyarakat.

Gaya hidup merupakan salah satu kata yang akhir-akhir ini sering disalahgunakan oleh masyarakat terutama oleh kalangan mahasiswa dalam menunjuk hampir pada semua minat, bisa *fashion*, Zen, Budhisme, atau bahkan masakan Prancis. Jika pada tahun 1970-an adalah petunjuk akal hal tersebut, kata gaya hidup akan serta-merta

memasukkan segalanya dan pada saat yang sama tak bermakna apapun (Sobel [dalam Chaney, 1997]).

Berikut ini dikemukakan beberapa pengertian gaya hidup menurut para ahli. Plummer (dalam Arga, 2012) mengemukakan bahwa gaya hidup adalah cara hidup individu yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam hidupnya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang dunia sekitarnya. Pendapat ini berarti bahwa gaya hidup adalah hal yang paling berpengaruh pada sikap dan perilaku seseorang dalam hubungannya dengan tiga hal utama dalam kehidupan yaitu pekerjaan, persahabatan, dan cinta.

Engel (1993) gaya hidup adalah sebagai pola di mana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang, yang berfungsi sebagai motivasi konsumen dan pembelajaran sebelumnya, kelas sosial, demografi, dan variabel lain dengan konsepsi ringkasan yang mencerminkan nilai konsumen.

Susanto (2001) menyatakan bahwa gaya hidup juga dibentuk dalam kelompok-kelompok kecil. Gaya hidup adalah sarana ekspresi diri, agar diterima dalam kelompok acuannya (reference group). Norma-norma kelompok inilah yang ikut membentuk gaya hidup tertentu bagi anggotanya.

Setiadi (2003) menyatakan bahwa gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang didefinisikan oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia sekitarnya (pendapat).

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli tersebut maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah perilaku dari seorang individu yang selalu menghabiskan uang dan waktu (aktivitas) yang dimiliki, apa yang mereka anggap penting (ketertarikan), dan apa yang dianggap penting untuk diri sendiri dan dunia sekitarnya (pendapat) yang mencerminkan nilai konsumen dimana sebagai sarana dalam mengekspresikan diri sehingga dapat diterima oleh kelompok acuannya.

2. Bentuk Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan sebuah ciri dalam dunia moderen, atau yang biasa juga disebut dengan moderenitas, maksudnya adalah siapa pun yang hidup dalam masyarakat moderen akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain. Gaya hidup yang merupakan pola-pola tindakan yang membedakan anantara satu orang dengan orang yang lain. Berikut ini

dikemukakan beberapa bentuk-bentuk gaya hidup menurut para ahli adalah sebagai berikut ini:

Bentuk-bentuk gaya hidup menurut Chaney (dalam Subandy, 1997), ada beberapa bentuk gaya hidup, antara lain :

a. Gaya Hidup Industri

Dalam abad gaya hidup, penampilan-diri itu justru mengalami estetisasi, "estetisasi kehidupan sehari-hari" dan bahkan tubuh/diri pun justru mengalami estetisasi tubuh. Tubuh/diri dan kehidupan sehari-hari pun menjadi sebuah proyek, benih penyemaian gaya hidup. "Kamu bergaya maka kamu ada" adalah ungkapan yang mungkin cocok untuk melukiskan kegandrungan manusia moderen akan gaya. Itulah sebabnya industri gaya hidup untuk sebagian besar adalah industri penampilan.

b. Gaya Hidup Iklan

Dalam masyarakat mutakhir, berbagai perusahaan (korporasi), para politisi, individu-individu semuanya terobsesi dengan citra. Di dalam era globalisasi informasi seperti sekarang ini, yang berperan besar dalam membentuk budaya citra (*image culture*) dan budaya cita rasa (*taste culture*) adalah gempuran iklan yang menawarkan gaya visual yang kadang-kadang mempesona dan memabukkan. Iklan merepresentasikan gaya hidup dengan menanamkan secara halus

(*subtle*) arti pentingnya citra diri untuk tampil di muka publik. Iklan juga perlahan tapi pasti mempengaruhi pilihan cita rasa yang kita buat.

c. Gaya Hidup *Public Relations* dan *Journalisme*

Pemikiran mutakhir dalam dunia promosi sampai pada kesimpulan bahwa dalam budaya berbasis-selebriti (*celebrity based-culture*), para selebriti membantu dalam pembentukan identitas dari para konsumen kontemporer. Dalam budaya konsumen, identitas menjadi suatu sandaran "aksesoris *fashion*". Wajah generasi baru yang dikenal sebagai anak-anak e-generation, menjadi seperti sekarang ini dianggap terbentuk melalui identitas yang diilhami selebriti (*celebrity-inspired identity*), cara mereka berselancar di dunia maya (Internet), cara mereka gonta-ganti busana untuk jalan-jalan. Ini berarti bahwa selebriti dan citra mereka digunakan momen demi momen untuk membantu konsumen dalam parade identitas.

d. Gaya Hidup Mandiri

Kemandirian adalah mampu hidup tanpa bergantung mutlak kepada sesuatu yang lain. Untuk itu diperlukan kemampuan untuk mengenali kelebihan dan kekurangan diri sendiri, serta berstrategi dengan kelebihan dan kekurangan tersebut untuk mencapai tujuan. Nalar adalah alat untuk menyusun strategi. Bertanggung jawab maksudnya melakukan perubahan secara sadar dan memahami betul setiap resiko yang akan terjadi serta siap menanggung resiko dan dengan kedisiplinan akan terbentuk gaya hidup yang mandiri. Dengan gaya hidup mandiri, budaya

konsumerisme tidak lagi memenjarakan manusia. Manusia akan bebas dan merdeka untuk menentukan pilihannya secara bertanggung jawab, serta menimbulkan inovasi-inovasi yang kreatif untuk menunjang kemandirian tersebut.

e. Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disenanginya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.

Susanto (dalam bukunya yang berjudul Potret-potret Gaya Hidup Metropolis, 2001) memaparkan berbagai bentuk gaya hidup, yang anatara lain:

- a. Menjadikan “status” sebagai suatu yang penting. Salah satu bentuk gaya hidup modern adalah bahwa status seseorang ditandai dengan penampilan dan segala yang dipakainya, misalnya mobil, telpon saluler (HP), dll.
- b. Mobilitas yang tinggi. Dunia ini terasa semakin kecil, jarak antar kota, antar pulau, antar negara bahkan antar benua tidak menjadi masalah bagi mereka. Ditempuhnya jarak tersebut, bukan hanya untuk pekerjaan melainkan juga sekedar jalan-jalan, berbelaja, atau mengunjungi keluarga.

- c. Bercengkrama di tempat-tempat tertentu, seperti *café*. *Café* telah menjadi salah satu *icon* gaya hidup *modern*. *Café* bagi orang *modern*, yang dibebani segudang tugas pekerjaan, menjadi tempat yang sangat indah untuk bercengkrama dan melepas penat. *Café* juga menjadi tempat untuk mengenalkan dan dikenal serta untuk membentuk jaringan kerja dan sosial mereka.
- d. Gaya hidup instan. Globalisasi dan modernisasi telah mengakibatkan munculnya gaya hidup instan. Gaya hidup instan adalah gaya hidup yang ingin serba cepat, seiring dengan semakin berharganya waktu. *Fastsfood*, sebagai salah satu *icon* gaya hidup modern adalah bukti berkembangnya gaya hidup instan

Berdasarkan uraian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa bentuk-bentuk dari gaya hidup itu terdiri dari beberapa bentuk yaitu gaya hidup *industry*, gaya hidup iklan modernisasi, gaya hidup mandiri, gaya hidup *public relation*, gaya hidup instan yang membuat seorang individu menjadi ketergantungan gaya hidup dalam memenuhi kebutuhannya yang ingin serba cepat, dan yang terakhir adalah gaya hidup hedonis yang mengarah pada gaya hidup dalam mencari kesenangan untuk mencapai sebuah kepuasan.

3. Pengertian Hedonis

Hedonis adalah sebuah pandangan yang menganggap bahwa kesenangan dan kenikmatan materi adalah sebagai tujuan utama dalam sebuah hidup, yang terbentuk dari sifat, karakter serta, mental seseorang yang memandang terbutuhnya kepuasan fisik dan mental dengan parameter ada banyak uang atau sedikitnya harta atau uang yang dimiliki (Anom, 2013).

Berikut ini dikemukakan beberapa pengertian hedonis menurut para ahli. Hedonisme adalah pandangan hidup yang menganggap bahwa orang yang akan menjadi bahagia dengan mencari kebahagiaan sebanyak mungkin dan sedapat mungkin menghindari perasaan-perasaan yang menyakitkan menurut Franz Magni-Suseno (dalam Wikipedia).

Sedangkan menurut Burhanuddin (1997) hedonisme adalah sesuatu itu di anggap baik, sesuai dengan kesenangan yang didatangkannya. Disini jelas bahwa sesuatu yang hanya mendatangkan kesusahan, penderitaan, dan tidak menyenangkan, dengan sendirinya, menganggap atau menjadikan kesenangan itu sebagai tujuan hidupnya.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hedonis adalah sebuah pola hidup dari seorang individu dalam mencari sebuah kesenangan dan kenikmatan dalam hidup yang bersifat wajib untuk dilakukan karena merupakan sebuah tujuan paling utama dalam hidup individu tersebut.

4. Pengertian Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis secara umum tidak dapat dilepaskan dengan budaya populer (biasa diangkat sebagai budaya pop) yang menyertai dinamika kehidupan. Berikut ini dikemukakan pengertian gaya hidup hedonis menurut para ahli. Gaya hidup hedonis adalah pola hidup yang mengarahkan aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup seperti lebih banyak bermain, senang di keramaian kota, senang membeli barang-barang mahal untuk memenuhi kesenangannya dan selalu ingin menjadi pusat perhatian oleh orang-orang sekitarnya (Susianto, 1993).

Kasali (2003) mengatakan bahwa gaya hidup hedonis adalah pola hidup yang mengarahkan aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang-barang mahal (*branded*) untuk memenuhi hasratnya, cenderung *followers* dalam gaya hidupnya dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.

Pendapat lain dikemukakan oleh Veenhoven (2007) yang menyatakan bahwa individu yang hidup dengan gaya hidup hedonis adalah individu yang memandang secara positif mengenai kesenangan dan akan mengambil atau memanfaatkan sekecil apapun untuk mencapai kesenangan yang diharapkan. Individu dengan gaya hidup hedonis di satu sisi diasosiasikan dengan citra hidup yang baik dan seni. Gaya hidup

hedonis dapat menjadi adiktif, superfisial, sikap yang tidak bertanggung jawab dan cara berpikir yang egois.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli tersebut maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup hedonis adalah gaya hidup mewah, gaya hidup yang bersifat mencari kesenangan dalam hidupnya, lebih mementingkan keinginan dibandingkan dengan kebutuhan, yang cara pengaplikasiannya adalah dengan menggunakan uang dan waktu yang dimilikinya untuk hal yang kurang bermanfaat dan menguntungkan untuknya yang mengakibatkan bersifat pemborosan.

5. Dimensi Gaya Hidup Hedonis

Dalam komponen dari AIO menyebutkan dimensi dari gaya hidup yang didefinisikan oleh Reynold dan Darden (dalam Engel, 1993) adalah sebagai berikut ini:

- a. *Activities* (kegiatan) adalah tindakan nyata seperti menonton suatu medium, berbelanja di toko, atau menceritakan kepada tetangga mengenai pelayanan yang baru. Walaupun tindakan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang diukur secara langsung.

- b. *Interest* (minat) akan bermacam, objek, peristiwa, atau topik adalah tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus menerus kedepannya.
- c. *Opinion* (opini) adalah “jawaban” lisan atau tradisi yang orang berikan sebagai respon terhadap situasi stimulus dimana semacam “pertanyaan” diajukan. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang, dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif.

Dari masing-masing kategori diperlihatkan dalam tabel dari Plummer (dalam Engel, 1993) adalah sebagai berikut ini:

Tabel 2.1

Dimensi Gaya Hidup

<i>Activities (Kegiatan)</i>	<i>Interest (Minat)</i>	<i>Opinions (Opini)</i>
Kerja	Keluarga	Diri mereka sendiri
Hobi	Rumah	Isu sosial
Peristiwa sosial	Pekerjaan	Politik
Liburan	Komunitas	Bisnis
Hiburan	Rekreasi	Ekonomi
Kebanggaan Club	Mode	Pendidikan
Komunitas	Makanan	Produk
Berbelanja	Media	Masa depan
Olagraga	Prestasi	Budaya

Menurut Plumer (dalam kasali, 1998) dimensi gaya hidup hedonis yaitu: *Activities* (kegiatan), *Interest* (minat), dan *Opinion* (opini).

Sedangkan Martha dkk (2008) menambahkan dimensi gaya hidup hedonis

yaitu terdiri dari tiga yaitu aktivitas, minat dan pendapat, kemudian dimensi tersebut diwujudkan dengan bentuk suka mencari perhatian, boros, memilih-milih teman, dan waktu luang dihabiskan dengan bersenang-senang

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli tersebut maka dapat disimpulkan bahwa dimensi gaya hidup ada tiga yaitu: aktivitas yang meliputi penggunaan waktu yang dimiliki yang berwujud dengan sebuah tindakan nyata yang dapat diamati, seperti menonton suatu mendium atau objek, berbelanja di toko, *update* dengan pelayanan terbaru, nongkrong di *cafe*, atau membeli suatu barang yang kurang diperlukan. Minat muncul pada seorang individu terhadap suatu objek, peristiwa, atau topik yang menekankan pada unsur kesenangan dalam hidup, dan juga opini Pendapat (jawaban) dari seorang individu secara lisan atau tradisi yang orang berikan sebagai suatu respon seperti suatu kepercayaan mengenai maksud orang lain yang berhubungan dengan pertanyaan-pertanya yang berkaitan dengan objek atau hidup masa yang akan datang.

6. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup seseorang dapat berbeda satu sama lainnya. Dari perbedaan tersebut akan tercipta berbagai macam gaya hidup dan tren

yang bermacam-macam. Seperti halnya gaya hidup hedonis, sebelum terjadinya gaya hidup hedonis pada seorang individu pasti memiliki faktor yang dapat memengaruhinya. Berikut ini dikemukakan beberapa faktor yang dapat memengaruhi gaya hidup hedonis pada seseorang menurut beberapa para ahli

Kotler (1997), mengemukakan bahwa faktor-faktor yang dapat memengaruhi gaya hidup hedonis seseorang ada dua yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal).

- a. Faktor internal yaitu sikap, pengalaman, dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dengan penjelasannya sebagai berikut:

- 1) Sikap**

Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan piker yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan, dan lingkungan sosialnya.

- 2) Pengalaman dan pengamatan**

Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya di masa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh

pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.

3) Kepribadian

Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

4) Konsep diri

Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri. Konsep diri sudah menjadi pendekatan yang dikenal amat luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan image merek. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karena konsep diri merupakan *frame of reference* yang menjadi awal perilaku.

5) Motif

Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

6) Persepsi

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

b. Adapun faktor eksternal dijelaskan oleh Kotler (1997) sebagai berikut:

1) Kelompok referensi

Kelompok referensi adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana individu tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidak menjadi anggota didalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapkan individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

2) Keluarga

Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.

3) **Kelas sosial**

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama. Ada dua unsur pokok dalam sistem sosial pembagian kelas dalam masyarakat, yaitu kedudukan (status) dan peranan. Kedudukan sosial artinya tempat seseorang dalam lingkungan pergaulan, prestise hak-haknya serta kewajibannya. Kedudukan sosial ini dapat dicapai oleh seseorang dengan usaha yang sengaja maupun diperoleh karena kelahiran. Peranan merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan. Apabila individu melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka ia menjalankan suatu peranan.

4) **Kebudayaan**

Kebudayaan meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatif, meliputi ciri-ciri pola pikir, merasakan dan bertindak.

Loundon dan Bitta (dalam Martha dkk, 2008) lebih mengemukakan bahwa faktor-faktor yang dapat memengaruhi gaya hidup hedonis adalah budaya, nilai, demografik, kelas sosial, kelompok rujukan atau kelompok acuan, keluarga kepribadian, motivasi dan juga emosi.

Berdasarkan uraian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa gaya hidup hedonis dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Faktor-faktor yang memengaruhi gaya hidup hedonis itu ada dua sisi yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berasal dalam diri individu, seperti sikap, kepribadian dan lain sebagainya, sedangkan faktor eksternalnya berasal dari luar individu, seperti kebudayaan, keluarga, dan sosial.

7. Gaya Hidup Hedonis Menurut Perspektif Islam

Pada zaman modern dunia Islam menghadapi berbagai banayak cobaan yang dapat menghancurkan nilai-nilai rohanian yang terdapat didalam ajarannya. Tanpa benteng aqidah yang kuat dan akhlak sebagai dindingnya umat Islam tidak mampu menghadapi serangan musuh dari berbagai sudut. Berbagai menifestasi serangan musuh Islam boleh dilihat dengan lahirnya ideologi-ideologi dan filsafat yang berlindung di bawah modernisasi termasuk doktrin hedonistik.

Jika disingkat sejarah silam pada setiap zaman dan tempat tidak pernah sunyi, para Nabi dan Rasul memberi nasihat kepada umat mereka masing-masing tentang kepentingan akhlak dalam kehidupan manusia (Alias, 2001). Dalam pandangan Islam hedonis adalah sebuah kesenangan, kegembiraan, adanya unsur keseronokan yang merupakan hal yang selalu ada didalamnya. Dimana manusia dikatakan bahagia jika mereka mencapai tingkat kesenangan paling tinggi. Sebenarnya Islam

tidak menghalangi umatnya untuk bersenang-senang dalam mencapai kebahagiaan dalam kehidupannya.

Namun Islam mengajarkan pada manusia untuk tidak berlebihan dalam menjalankannya, karena dengan berlebihan manusia akan menjadi lupa dan lalai dengan tipu daya dunia. Gambaran ini sudah jelas ada dalam al-Quran Firman Allah SWT:

وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا لَعِبٌ وَلَهْوٌ وَلَدًّا زُ الْأَخْرَةُ خَيْرٌ لِّذِيْنَ يَنْفَعُونَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ (٣٢)

Artinya:

“Dan tidak (dinamakan) kehidupan dunia melainkan permainan yang sia-sia dan hiburan yang melainkan; dan demi sesungguhnya negeri akhirat itu lebih baik bagi orang yang bertakwa. Oleh itu, tidaklah kamu mau berfikir” (Q.S al-An’am: 32)

كَلَّ بَلِّ تَحِبُّونَ الْعَاجِلَةَ (٢٠) وَتَذَرُونَ الْأَخْرَةَ (٢١)

Artinya:

“sadarlah wahai orang yang lalai. (sebenarnya kamu tidak ingatkan kesudahan kamu) bahkan kamu senantiasa mencintai (kesenangan dan kemewahan dunia) yang cepat habisnya. Dan kamu tidak menghiraukan (bekalan untuk) hari akhirat (yang kekal abadi kehidupannya)” (Q.S al-Qiyamah: 20-21)

Menurut Imam Al-Ghazali (dalam Mohd. Rosli Hussain, 2003) telah menggariskan diantara satu daripada sepuluh cara syaitan memasuki pintu hati manusia untuk merusakkan diri sebagai hamba Allah ialah menerusi pintu marah dan syahwat. Islam tidak melarang atau tidak

mbolehkan manusia untuk mencapai kebahagiaan atau kesenangan, namun di dalam Islam mengajarkan pada manusia untuk tidak melakukan segala sesuatunya dengan cara yang berlebihan seperti yang dikatakan dalam Firman Allah SWT. Karena apapun yang dilakukan secara berlebihan itu memang tidak baik dan akan merusak diri kita sebagai manusia yang dibudidayakan oleh dunia. Nabi Muhammad SAW selalu mengajarkan kepada umatnya untuk menggunakan segala sesuatu dengan seperlunya tidak kurang dan tidak lebih agar tidak terciptanya hidup yang berlebihan.

C. Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif *Fashion* Pakaian

Perkembangan industri tren *fashion* pakaian di negara-negara besar seperti Hongkong, New York, Korea dan Paris yang menjadi pusatnya tren *fashion* pakaian terbesar yang sangat memengaruhi selera berpakaian orang Indonesia. Sehingga tren *fashion* pakaian bermacam-macam. Sekarang, pakaian bukan lagi berfungsi sebagai pelindung tubuh bagi manusia. Tapi, juga digunakan sebagai sebuah simbol yang dapat menunjukkan status sosial dan kondisi ekonomi bagi seseorang. Seseorang yang tidak ingin terlihat kampungan dan norak selalu cenderung berlomba-lomba untuk menggunakan produk dengan merek terkenal dan asing dalam menunjang hasrat dan keinginan yang dimilikinya dalam mendapatkan status dan

kedudukan sosial yang tinggi dihadapan orang lain. Hal seperti ini akan membawa dampak pada gaya hidup yang cenderung seorang individu akan berbelanja tanpa batas untuk menunjang penampilannya.

Seorang masyarakat khususnya mahasiswa yang ingin mendapatkan status sosial pada kehidupannya menjadikan mahasiswa menjalani rutinitas hidup bergaya hidup hedonis dan akan terus berperilaku konsumtif secara terus menerus karena anantara bergaya hidup hedonis memiliki hubungan yang positif dengan perilaku konsumtif terutama pada bidang *fashion* pakaian yang pada saat ini menjadi tren berita yang sering kita dengar. Dengan adanya para produsen yang selalu menciptakan sebuah karya terbaru (*trend*) dan gaya (*mode*) terbaru pada bidang *fashion* pakaian menjadikan seorang individu khususnya mahasiswa akan mencari dan mengonsumsinya secara berlebihan tanpa adanya batasan dimana dengan hal tersebut maka tercerminlah sebuah perilaku konsumtif *fashion* pakaian yang dilakukan oleh mahasiswa yang berakibat pemborosan dalam memanfaatkan uang lebih yang dimilikinya.

Gaya hidup nampak terlihat pada kalangan mahasiswa khususnya pada masa remaja, dalam masa pertumbuhan remaja sangat mudah terpengaruh oleh orang lain. Karena sifatnya yang labil dalam melakukan suatu hal membuatnya sulit untuk tidak melakukannya. Karena remaja juga ingin selalu diakui eksistensinya pada lingkungan, sehingga membuatnya selalu berusaha untuk mengikuti perkembangan mode *fashion* pakaian tiap tahunnya karena bidang tersebut sudah menjadi suatu simbol dalam

menunjukkan status dan kedudukan sosial pada saat berkumpul dengan kelompok masyarakat. Seperti cara berpenampilan yang menuntut mereka terlihat keren, *mode*, dan *trendy* mengharuskannya mahasiswa untuk mengganti gaya terbaru jika terdapat model *fashion* pakaian terbaru yang baru selesai di promosikan baik di media sosial maupun media informasi lainnya semisal: majalah, katalog, tabloit ataupun koran.

Seperti pada sebuah penelitian (Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan “X”), menjelaskan bahwa pramugari kerap kali berbelanja barang-barang mewah yang berasal dari luar negeri yang bermerek untuk memenuhi kepuasan dirinya demi menunjang penampilan dan meningkatkan status sosialnya dimata masyarakat. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Chaney (2000) bahwa munculnya perilaku konsumtif disebabkan oleh gaya hidup budaya barat. Bukan hanya pengaruh barat yang memengaruhi pramugari tersebut namun, faktor sosial dari kehidupan pramugari tersebut yang sangat memengaruhinya. Uang yang mereka dapat melalui kerja kerasnya selama menjadi seorang pramugari menjadikan mereka terkecoh dengan asiknya dunia, mereka membelanjakan uang yang dimiliki secara konsumtif tanpa memikirkan manfaat apa yang mereka dapat ketika membeli barang yang ia beli. Karena, mereka berpikiran bahwa jauh lebih penting memenuhi kebutuhan atas dasar keinginan dibandingkan atas dasar kebutuhan yang terkadang membuat mereka merasa menyesal ketika barang tersebut sudah dibelinya.

Ditambah lagi dengan adanya kegiatan antar pramugari dan seluruh karyawan maskapai penerbangan tersebut selalu membuat acara khusus untuk memperkuat dan menambah keakraban satu sama lain dengan bersenang-senang pergi ke tempat hiburan malam bersama-sama dalam menciptakan keakraban satu sama lain antara karyawan dan pramugari. Dalam hal ini pramugari tersebut sudah melakukan gaya hidup hedonis, yang mana mereka melakukan gaya hidup tersebut untuk mencari kesenangan dalam memenuhi hasrat kebahagiaan dalam dirinya tanpa adanya batasan yang mengharuskan mereka berpikir dua kali dalam melakukannya.

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk membeli atau mengonsumsi barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan serta tidak didasari atas pertimbangan yang rasional. Apabila perilaku tersebut dibiarkan terus menerus akan mengakibatkan terjadinya tindakan pemborosan. Salah satu faktor internal yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif adalah gaya hidup. Hal ini sejalan dengan pendapat Triyaningsih bahwa kebanyakan orang-orang yang melakukan perilaku konsumtif dikarenakan keinginan mengikuti tren gaya hidup (Triyaningsih, 2011), dengan semakin meningkatnya gaya hidup hedonis maka semakin meningkatnya juga perilaku konsumtif yang dilakukan oleh seorang individu, sebaliknya semakin rendahnya tingkat gaya hidup hedonisme maka semakin rendah juga perilaku konsumtif yang dilakukan oleh setiap individu.

Dalam hal ini dapat diketahui bahwa gaya hidup hedonis terdapat hubungan positif dengan perilaku konsumtif khususnya pada *fashion* pakaian. Ketika seseorang senang mengisi waktu luang yang ia punya dengan bersenang-senang, dengan berbelanja di pusat perbelanjaan seperti yang dilakukan oleh pramugari maskapai penerbangan “X” di atas, hal ini berarti seorang individu tersebut memiliki kecenderungan gaya hidup hedonis yang ditunjukkan dengan perilaku konsumtif pakaian secara berlebihan tanpa batas dalam memenuhi kesenangan semata tanpa adanya pertimbangan sama sekali. Namun, seorang individu dapat mencegah gaya hidup dan perilaku konsumtif *fashion* pakaian dengan cara mengendalikan faktor emosionalnya untuk melakukan perilaku tersebut.

D. Hipotesis

Terdapat hubungan positif yang signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif *fashion* pakaian. Artinya, semakin tinggi tingkat gaya hidup hedonis maka semakin tinggi tingkat perilaku konsumtif *fashion* pakaian. Sebaliknya, jika semakin rendah tingkat gaya hidup hedonis maka semakin rendah perilaku konsumtif *fashion* pakaian.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang ada, penelitian ini dirancang sebagai penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif, sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian korelasional dengan tujuan untuk mengetahui adanya hubungan antara dua variabel. Menurut Azwar (2007) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika.

Sudjana & Ibrahim (2007) juga menjelaskan bahwa penelitian korelasional merupakan studi atau mempelajari hubungan dua variabel atau lebih, yakni sejauh mana variasi dalam satu variabel berhubungan dengan variasi dalam variabel lain. Tujuan penelitian korelasi menurut Suryabrata (1994) adalah mendeteksi sejauh mana variasi-variasi pada suatu faktor berkaitan dengan variasi-variasi pada satu atau lebih faktor lain berdasarkan pada koefisien korelasi.

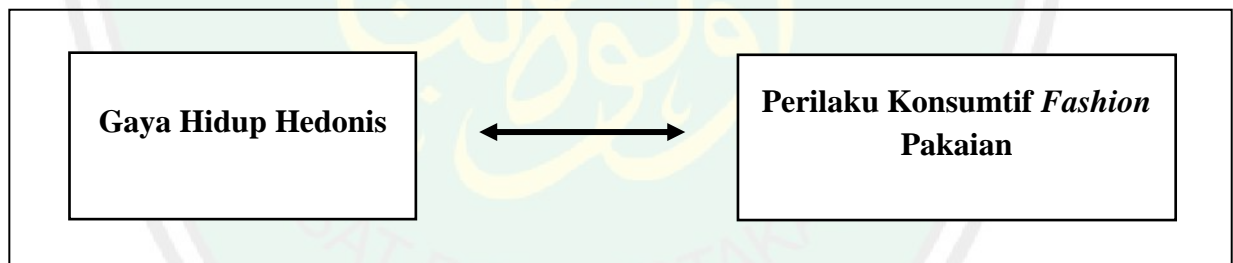
Sesuai dengan fenomena permasalahan penelitian, maka penelitian ini merupakan penelitian korelasional dua variabel yaitu gaya hidup hedonis sebagai variabel X dan perilaku konsumtif *fashion* pakaian sebagai variabel Y

sejauh mana variasi-variasi pada suatu faktor berkaitan dengan variasi-variasi pada satu atau lebih faktor lain berdasarkan pada koefisien korelasi. Dari desain penelitian tersebut, ditetapkan bahwa:

1. Penelitian ini meneliti dua variabel yaitu variabel gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif *fashion* pakaian.
2. Penelitian ini menguji hubungan antara dua variabel tersebut.
3. Kedudukan gaya hidup hedonis dalam penelitian ini sebagai variabel bebas (*independence variabel*), sedangkan perilaku konsumtif *fashion* pakaian sebagai variabel terikat (*dependence variabel*).

Gambar 3.1

Hubungan Variabel X dan Variabel Y



B. Identifikasi Variabel

Istilah variabel dapat diartikan bermacam-macam. Menurut Suryabrata (1985) variabel diartikan sebagai segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian yang sering pula dinyatakan variabel penelitian itu sebagai faktor-faktor yang berperan dalam peristiwa atau gejala yang akan

diteliti. Sedangkan Azwar (2004) variabel adalah simbol yang nilainya dapat bervariasi, yaitu angkanya dapat berbeda-beda dari satu objek ke objek yang lain. Variasi angka yang termaksud tidak hanya dalam arti variasi kuantitatif akan tetapi juga dapat mengandung arti variasi kualitatif. Terdapat dua variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu variabel *independen* dan variabel *dependen* dengan penjabaran sebagai berikut:

1. Variabel Independen

Variabel *independen* yaitu variabel bebas, antesenden, atau prediktor. Variabel ini mungkin menyebabkan, mempengaruhi, atau berefek pada *outcome* dan menjadi penyebab perubahan atau munculnya variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel *independen* adalah gaya hidup hedonis Mahasiswa jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

2. Variabel Dependen

Variabel *dependen* yaitu variabel terikat, konsekuensi, atau kriterium. Variabel ini merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari variabel *independen*. Dalam penelitian ini variabel *dependennya* adalah perilaku konsumtif *fashion* pakaian Mahasiswa jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

C. Definisi Operasional

Dalam melakukan sebuah penelitian, kita akan membutuhkan suatu definisi yang memiliki arti tunggal dan diterima secara objektif bilamana indikator variabel yang bersangkutan tersebut tampak. Definisi tersebut dinamakan sebagai definisi operasional. Definisi operasional dalam penelitian diperlukan untuk menghindari salah pengertian dan memperjelas maksud dari penelitian. menurut Azwar (2014) definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati.

Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel dengan definisi operasional berupa gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif *fashion* pakaian.

1. Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis adalah sebuah perilaku yang dilakukan oleh Mahasiswa jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dalam mencari kesenangan dunia demi memuaskan batin, menggunakan uang dan waktu yang dimiliki dengan cara melakukan *activities* (kegiatan), *interest* (minat), dan *opinion* (opini). Dilakukan dengan melakukan kegiatan di luar rumah seperti berbelanja, liburan, berkumpul dengan komunitas, mencari hiburan, menggunakan media salah satunya *handphone* demi mendapatkan informasi tentang pendidikan, mode pakaian atau produk terbaru yang sudah diperbarui agar tidak ketinggalan zaman.

2. Peilaku Konsumtif *Fashion* Pakaian

Perilaku konsumtif *fashion* pakaian adalah sebuah tingkah laku yang dilakukan oleh Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dalam memenuhi kebutuhannya atas dasar keinginan yang harus dipenuhi dalam mencapai sebuah kepuasan maksimal pada produk atau jasa yang bukan lagi menjadi kebutuhan pokok yang harus dipenuhi dengan melakukan sebuah tindakan yang implusif seperti: mengonsumsi barang secara berlebihan dan tiba-tiba, berbelanja *fashion* pakaian dalam mengikuti *mode* terbaru untuk mempermudah mahasiswa bersosialisasi dengan komunitas yang bersifat pemborosan dalam melakukan konsumsi tanpa memikirkan inefisiensi biaya yang akan dikeluarkan dalam melakukan perilaku konsumtif *fashion* pakaian seperti: mudah terbujuik iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya sehingga menimbulkan infisiensi biaya.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Arikunto (2006) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Sedangkan menurut Purwanto (2007) menjelaskan bahwa populasi adalah semua individu/unit-unit yang menjadi target penelitian.

Sugiyono (2012) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dibatasi sebagai sejumlah kelompok atau individu yang paling sedikit mempunyai satu sifat yang sama.

Populasi yang diambil oleh peneliti dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang berjumlah 238 mahasiswa. Alasan dari peneliti memilih Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang karena melihat realita pada kesehariannya Mahasiswa Manajemen, Fakultas Ekonomi angkatan 2015 sangat terlihat *uptodate* terhadap gaya *fashion* berpakaian mereka dan juga melihat kondisi belanja *online* juga sangat diminati oleh mahasiswa saat ini.

Fakta yang terjadi adalah mahasiswa sangat meminati belanja *online* yang menjadikan mahasiswa ekonomi selalu *update* pada gaya *fashion* berpakaian mereka. Jika kita ketahui banyak orang berpendapat bahwa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang tergolong mahasiswa yang tergolong dalam kelas menengah ke bawah dari pada kampus yang lainnya seperti Universitas Brawijaya dan Universitas Negeri Malang yang berdampingan. Lebih terlihat *trendy* dan *fashionista*.

2. Sampel

Menurut Arikunto (2013) yang menyatakan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas, dan lengkap yang bisa dianggap mewakili populasi.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini didapat dengan menggunakan sampel campur. Sampel campur ini diberi nama demikian karena di dalam pengambilan sampelnya, peneliti “mencampur” subjek-subjek di dalam populasi sehingga subjek dianggap sama. Dengan demikian maka peneliti memberikan hak yang sama kepada setiap subjek untuk memperoleh kesempatan (chance) dipilih menjadi sampel. Oleh karena itu hak setiap subjek sama, maka penelitian terlepas dari perasaan ingin mengistimewakan satu atau beberapa subjek untuk dijadikan sampel (dalam Arikunto, 2002).

Lanjut Arikunto (2002) mengemukakan bahwa apabila subjeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya, jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih, tergantung setidaknya dari:

- a. Kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga dan dana.
- b. Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek, karena ini menyangkut banyak sedikitnya data.
- c. Besar kecilnya risiko yang ditanggung oleh peneliti. Untuk penelitian yang risikonya besar tentu saja jika sampel besar, maka hasilnya akan lebih baik.

Sehingga dari jumlah populasi mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang sudah diketahui maka jumlah sampel yang didapat melalui sampel campur dengan menggunakan angket pertama yang disebar pada mahasiswa untuk mengetahui subjek yang terindikasi gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif adalah sejumlah 178 mahasiswa yakni 75% dari jumlah populasi 238 mahasiswa.

E. Teknik Pengumpulan Data

Azwar (2014) menyebutkan bahwa data penelitian dikumpulkan baik lewat instrumen pengumpulan data, observasi, maupun lewat data dokumentasi. Ketepatan dan kecermatan informasi mengenai subjek dan variabel penelitian tergantung pada strategi dan alat pengambilan data yang dipergunakan. Hal ini, pada gilirannya, akan ikut menentukan ketepatan hasil penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah

menggunakan beberapa cara yaitu: observasi, wawancara, skala model *likert*, dan dokumentasi.

1. Wawancara

Wawancara adalah salah satu proses yang dilakukan dalam sebuah penelitian dalam memperoleh sebuah keterangan lebih dari objek penelitian. Dengan cara melakukan proses tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara (Bungin, 2005). Dalam penelitian ini wawancara yang dilakukan adalah menggunakan wawancara tidak terstruktur dimana peneliti tidak perlu menggunakan pedoman wawancara dalam melakukan wawancara yang telah tersusun secara sistematis, pernyataan berupa garis-garis besar dari permasalahan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara kepada beberapa Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maliki Malang.

2. Skala

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini merupakan skala psikologis. Skala dalam penelitian ini merupakan data primer atau data tangan pertama yang merupakan data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang

dicari (Azwar, 2009). Menurut Sugiyono (2010) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan tertulis pada responden yang diteliti untuk dijawab.

Dalam penelitian ini bentuk skala yang digunakan adalah skala *likert*. Skala *likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2008). Skala tersebut digunakan untuk kedua variabel dalam penelitian ini dengan pertanyaan-pertanyaan bersifat mendukung (*favorabel*) dan pernyataan yang tidak mendukung (*unfavorabel*). Dimana dalam skala ini terdapat lima pilihan jawaban yakni sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS), dan sangat tidak sesuai (STS). Kriteria penilaian bergerak dari 4, 3, 2, 1 untuk jawaban dari aitem *favorable* dan 1, 2, 3, 4 untuk jawaban yang *unfavorable*. Didalam penelitian ini menggunakan dua skala yakni skala gaya hidup hedonis dan skala perilaku konsumtif *fashion* pakaian.

Peneliti menghilangkan pilihan netral atau tengah berdasarkan pada pendapat Nussbeck (dalam Azwar, 2014) yang mengungkapkan silang pendapat mengenai perlu tidaknya menyediakan pilihan tengah dipicu oleh kekhawatiran beberapa orang yang berpendapat bila pilihan tengah atau netral disediakan maka kebanyakan subjek akan cenderung untuk menempatkan pilihannya di kategori tengah tersebut, sehingga data mengenai perbedaan diantara responden menjadi kurang informatif.

Dengan kata lain dikhawatirkan respon yang diperoleh tidak cukup bervariasi.

Gaya hidup hedonis diukur dengan menggunakan skala yang dibuat berdasarkan dimensi gaya hidup berdasarkan teori milik Reynold dan Darden (dalam Engel, 1993). Sedangkan perilaku konsumtif *fashion* pakaian diukur dengan menggunakan skala yang dibuat berdasarkan aspek-aspek perilaku konsumtif berdasarkan teori milik Tambunan (dalam Ajizah, 2010).

Penggunaan skala *likert* dalam penelitian ini adalah sebagai alat ukur untuk skala gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif *fashion* pakaian.

a. Gaya Hidup Hedonis

Untuk skala pengukuran gaya hidup hedonis, peneliti mengembangkan skala berdasarkan dimensi gaya hidup menurut Reynold dan Darden (dalam Engel, 1993). Skala gaya hidup hedonis yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 52 aitem yang meliputi 26 aitem pernyataan *favourable* dan 26 aitem pernyataan *unfavourable*. Semuanya untuk mengukur *activities* (kegiatan), *interest* (minat), dan *opinio* (opini).

Metode pemberian skor yang dipakai dalam skala kecemasan ini adalah metode *likert*, untuk pernyataan *favourable* penilaian

bergerak dari angka 4 sampai 1, dan untuk pernyataan *unfavourable* penilaian bergerak dari angka 1 sampai 4. Pilihan jawaban terdiri dari empat kategori, yaitu: sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS), sangat tidak sesuai (STS).

Untuk mendapatkan data tentang gaya hidup hedonis mahasiswa maka mahasiswa diminta untuk memberikan jawaban mengenai pernyataan yang sesuai dengan dirinya. Jawaban tersebut akan menunjukkan gambaran tentang gaya hidup hedonis. Semakin tinggi skor yang diperoleh berarti subjek memiliki gaya hidup hedonis yang tinggi. Skala yang digunakan adalah dari dimensi gaya hidup yang diuraikan oleh Reynold dan Darden (dalam Engel, 1993).

Tabel 3.1
Blueprint Gaya Hidup Hedonis

Variabel	Dimensi	Aitem		Jumlah
		F	UF	
Gaya Hidup Hedonis	<i>Activities</i> (kegiatan)	1, 2, 3, 4, 9, 10, 11, 12, 13	5, 6, 7, 8, 14, 15, 16, 17, 18	18
	<i>Interest</i> (Minat)	19, 20, 21, 26, 27, 29, 30, 31, 35, 38	22, 23, 24, 25, 28, 32, 33, 34, 36, 37	20
	<i>Opinion</i> (Opini)	39, 40, 41, 45, 47, 49, 50	42, 43, 44, 46, 48, 51, 52,	14
Total		52		

b. Perilaku Konsumtif *Fashion* Pakaian

Untuk skala pengukuran perilaku konsumtif *fashion* pakaian, peneliti mengembangkan skala berdasarkan aspek-aspek perilaku konsumtif *fashion* pakaian milik Tambunan (dalam Ajizah, 2010). Skala perilaku konsumtif *fashion* pakaian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 28 aitem yang meliputi 14 aitem pernyataan *favourable* dan 14 aitem pernyataan *unfavourable*. Semuanya untuk mengukur implusif, pemborosan, dan inefisiensi biaya.

Metode pemberian skor yang dipakai dalam skala kecemasan ini adalah metode *likert*, untuk pernyataan *favourable* penilaian bergerak dari angka 4 sampai 1, dan untuk pernyataan *unfavourable* penilaian bergerak dari angka 1 sampai 4. Pilihan jawaban terdiri dari empat kategori, yaitu: sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS), sangat tidak sesuai (STS). Untuk mendapatkan data tentang perilaku konsumtif *fashion* pakaian mahasiswa maka mahasiswa diminta untuk memberikan jawaban mengenai pernyataan yang sesuai dengan dirinya. Jawaban tersebut akan menunjukkan gambaran tentang perilaku konsumtif *fashion* pakaian. Semakin tinggi skor yang diperoleh berarti subjek memiliki perilaku konsumtif *fashion* pakaian yang tinggi. Skala yang digunakan adalah dari aspek-aspek dari Tambunan (dalam Ajizah, 2010)

Tabel 3.2
Blueprint Perilaku Konsumtif Fashion Pakaian

Variabel	Aspek	Aitem		Jumlah
		F	UF	
P E R I S A I S I K O N S U M T I F	Implusif, Adanya suatu keinginan mengonsumsi secara berlebih dan tiba-tiba	1, 2, 3, 4, 5	6, 7, 8, 9, 10,	10
	Pemborosan, Mengonsumsi secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal pada produk barang atau jasa yang bukan menjadi suatu kebuatuhan pokok	11, 12, 15, 16	13, 14, 17, 18	8
	Inefisiensi biaya, Pola konsumsi yang berwujud seperti mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya sehingga menimbulkan infisiensi biaya	19, 21, 22, 23, 24,	20, 25, 26, 27, 28,	10
Total		28		

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan mencari data mengenai variabel yang berupa catatan, dokumen, notulen cepat atau wawancara, agenda, dan sebagainya. Metode ini merupakan metode yang dilakukan secara sistematis dan digunakan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan objek penelitian seperti berupa daftar nilai, absensi, dan data jumlah siswa (Arikunto, 2006).

F. Instrumen Penelitian

Siregar (2011) mendefinisikan instrumen penelitian adalah alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama. Penelitian ini menggunakan instrumen skala *likert*.

Sugiyono (2015) menyatakan skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial dengan menggunakan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak dalam menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Jawaban setiap aitem instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kategori respon untuk subjek yaitu sebagai berikut ini: Sangat Setuju (SS), Setuju (setuju), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS), dimana masing-masing pernyataan diberi skor 4, 3, 2, 1 untuk jawaban dari aitem *favorable* dan 1, 2, 3, 4 untuk jawaban yang *unfavorable*.

Peneliti menghilangkan pilihan netral atau tengah berdasarkan pada pendapat Nussbeck (dalam Azwar, 2014) yang mengungkapkan silang pendapat mengenai perlu tidaknya menyediakan pilihan tengah dipicu oleh

kekhawatiran beberapa orang yang berpendapat bila pilihan tengah atau netral disediakan maka kebanyakan subjek akan cenderung untuk menempatkan pilihannya di kategori tengah tersebut, sehingga data mengenai perbedaan diantara responden menjadi kurang informatif. Dengan kata lain dikhawatirkan respon yang diperoleh tidak cukup bervariasi.

G. Validitas dan Reabilitas

1. Validitas

Validitas berasal dari kata validity yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya (Azwar, 2008). lanjut dalam Azwar (2014) validitas adalah sebuah pertimbangan yang paling utama dalam mengevaluasi kualitas tes sebagai instrument ukur. Validitas dalam sebuah alat ukur adalah untuk mengukur sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrument pengukuran dalam melakukan fungsinya yaitu menghasilkan ukuran yang sesuai dengan maksud dilakukannya suatu pengukuran, dan pengukuran yang digunakan untuk menentukan daya beda aitem dikatakan valid apabila $r_{xy} \geq 0.03$.

Suatu alat tes dikatakan validitas yang tinggi apabila validitas tersebut menjalankan fungsi ukurannya dan memberikan hasil yang tepat dan akurat (Azwar, 2002). Pengujian validitas skala gaya hidup

hedonis dan skala perilaku konsumtif *fashion* ditempuh dengan menggunakan teknik analisis korelasi *product moment* (*pearson correlation*) yang merupakan salah satu ukuran yang digunakan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan linier dari variabel. Dua variabel dikatakan berkorelasi apabila ketika ada perubahan salah satu variabel maka akan terjadi perubahan pada variabel yang lainnya baik dalam arah yang sama maupun arah yang sebaliknya. Berikut adalah rumus yang digunakan adalah sebagai berikut ini.

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\sum x^2 - (\sum x)^2}(\sum y^2 - (\sum y)^2)}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi *product moment*

n = jumlah responden

$\sum x$ = jumlah skor tiap-tiap aitem

$\sum y$ = jumlah skor total aitem

$\sum xy$ = jumlah hasil antara skor tiap aitem dengan skor total

$\sum x^2$ = jumlah kuadrat skor aitem

$\sum x^2$ = jumlah kuadrat skor total

Dalam menentukan validitas pada skala psikologis tentang gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif *fashion* pakaian dalam penelitian

ini akan menggunakan program komputer SPSS (*Statistic Proudct And Service Solution*).

2. Reabilitas

Reabilitas merupakan penerjemah dari kata *reability* suatu pengukuran yang mampu menghasilkan data yang memiliki tingkat reabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang *reliable* (*reliable*) (Azwar, 2014). Ide pokok yang terkandung dalam reabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Reliabilitas dinyatakan dengan koefisien reliabilitas yang angkanya berbeda dalam rentang 0 hingga 1,00 berarti semakin tinggi koefisien realibilitas mendekati angka 1,00 maka semakin tinggi reliabilitas.

Untuk menentukan reliabilitas dari tiap item maka penelitian ini menggunakan uji reliabilitas dengan rumus *alpha Croncbach* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left\{ \frac{k}{k-1} \right\} \left\{ 1 - \frac{\Sigma \sigma b^2}{\Sigma \sigma 1^2} \right\}$$

Keterangan:

- r_{11} = reabilitas instrumen
- k = banyaknya butir pertanyaan atau soal
- $\Sigma \sigma b^2$ = jumlah varians butir
- $\Sigma \sigma 1^2$ = varians total

Perhitungan reliabilitas ini akan dilakukan dengan menggunakan program komputer SPSS (*Statistic Proudct And Service Solution*) for *windows*.

H. Analisis Data

Setelah peneliti melakukan penelitian di lapangan dan mengumpulkan data-data, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data. Tujuan dari analisis data sendiri adalah untuk menyederhanakan seluruh data yang terkumpul, menyajikan dalam susunan yang sistematis, kemudian mengolah dan menafsirkan atau memaknai data yang sebelumnya telah dikumpulkan.

Teknik analisa data ini diarahkan pada pengujian hipotesis yang diajukan serta untuk menjawab rumusan masalah. Pada penelitian ini digunakan analisis korelasi. Dimana uji koefisien korelasi dimaksudkan agar dapat menentukan hubungan antara dua variabel yang diteliti oleh peneliti. Korelasi sendiri merupakan istilah statistic yang menyatakan derajat hubungan linier anantara dua variable atau lebih, yang ditemukan oleh Karl Pearson pada awal 1900 (dalam Usaman dan Akbar, 2011).

Uji korelasi dimaksudkan untuk melihat hubungan dari dua hasil pengukuran atau dua variabel yang diteliti, untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel X gaya hidup hedonis dengan variabel Y perilaku konsumtif *fashion* pakaia.

$$r_{xy} = \frac{\Sigma_{XY}}{\sqrt{(\Sigma x^2)(\Sigma y^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien Korelasi
 ΣX = Jumlah Skor X
 ΣY = Jumlah Skor Y

I. Kategorisasi Variabel

Dalam penelitian ini, cara untuk menentukan *mean* (rata-rata) dengan menggunakan rumus:

$$M_{hip} = \frac{1}{2} (1_{max} + 1_{min}) \Sigma$$

Keterangan :

M_{hip} = *Mean hipotetik*
 1_{max} = skor maksimal item
 1_{min} = skor minimal item
 Σ = jumlah item valid

Menentukan *standart deviasi* (SD) dengan menggunakan rumus:

$$SD_{hip} = \frac{1}{6} (X_{max} + X_{min})$$



Keterangan :

SD_{hip} = standart deviasi hipotetik

X_{max} = skor maksimal skala

X_{min} = skor minimal skala

Kemudian, untuk menentukan kategorisasi maka menggunakan klasifikasi sebagai berikut:

Tabel 3.3

Rumus Kategorisasi

Hubungan Gaya Hidup Hedonis dan Perilaku Konsumtif *Fashion* Pakaian

Kategori	Kriteria
Tinggi	$X \geq Mean + 1 SD$
Sedang	$Mean - 1 SD \leq X \leq Mean + SD$
Rendah	$X \leq Mean - 1 SD$

Setelah diketahui norma penentuan kategori, maka akan dihitung dengan menggunakan rumus prosentase berikut:

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P = Angka prosentase

f = Frekuensi yang sedang dicari prosentasinya

N = Jumlah frekuensi atau banyaknya individu

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Lokasi Penelitian

1. Profil Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (FE UIN Maliki) Malang, merupakan lembaga pendidikan tinggi yang mengembangkan ilmu pengetahuan, ekonomi, dan manajemen berbasis syari'ah. FE UIN Maliki Malang bertekad untuk melahirkan insan-insan yang mempunyai kemampuan manajerial dalam mengelola organisasi baik instansi pelayanan publik maupun perusahaan yang bertujuan utama mencari profit.

Pada periode awal, FE-UIN Maliki Malang baru mempunyai satu program studi, yakni Manajemen (strata satu). Ijin penyelenggaraan program studi Manajemen ini diperkuat dengan Keputusan Direktur Jenderal Kelembagaan Agama Islam Departemen Agama RI Nomor DJ/54/2005 tentang Izin Penyelenggaraan Program Studi Jenjang Strata Satu (S-1) pada Universitas Islam Negeri Malang Jawa Timur. Untuk memperkuat posisi program studi Manajemen sebagai sebuah bidang keilmuan yang dikembangkan di FE-UIN Maliki, tidak berapa lama sejak turunnya izin tersebut diusulkan untuk memperoleh status terakreditasi. Ternyata usul yang disertai upaya keras seluruh komponen fakultas,

program studi Manajemen memperoleh status tertinggi, yakni terakreditasi “A”, berdasarkan Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional Nomor: 005/BAN-PT/Ak-X/S1/II/2007 Sampai saat ini (Juli 2012) Fakultas Ekonomi telah menghasilkan 841 lulusan yang tersebar di hampir seluruh kepulauan Nusantara.

2. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan Februari 2017 di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yakni pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 sebanyak 238 orang. Penelitian ini dilakukan pada saat subjek selesai mengikuti kegiatan perkuliahan di dalam kelas gedung B. Atas bantuan mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang penelitian ini dapat berjalan dengan baik dan lancar. Penelitian ini dilakukan secara campuran dikarenakan untuk menentukan sampel dari keseluruhan mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

B. Paparan Hasil Penelitian

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas penelitian ini dimaksudkan sebagai upaya untuk menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat mengukur variabel gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif *fashion* pakaian. Setiap aitem indikator dikatakan valid apabila indeks korelasi mencapai derajat $\geq 0,30$, dengan jumlah sampel adalah 178 mahasiswa. Hasil pengujian pada masing-masing variabel yaitu sebagai berikut ini:

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Gaya Hidup Hedonis

Variabel	Dimensi	Aitem Awal		Aitem Gugur		Aitem Valid		Total
		F	UF	F	UF	F	UF	
G A Y A H I D U P H E D O N I S	<i>Activities</i> (Kegiatan)	1, 2, 3, 4, 9, 10, 11, 12, 13	5, 6, 7, 8, 14, 15, 16, 17, 18	1, 2, 3, 4, 9, 12, 13	5, 6, 7, 8, 14, 15, 17	10, 11 16, 18		4
	<i>Interest</i> (Minat)	19, 20, 21, 26, 27, 29, 30, 31, 35, 38	22, 23, 24, 25, 28, 32, 33, 34, 36, 37	19, 20, 26, 29, 31, 35	22, 23, 24, 25, 32, 33, 34, 36, 37	21, 27, 30, 38	28	5
	<i>Opinion</i> (Opini)	39, 40, 41, 45, 47, 49, 50	42, 43, 44, 46, 48, 51, 52	41	43, 47, 48, 51	39, 40, 45, 47, 49, 50	42, 44, 52	
Total								18

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui hasil dari uji validitas diketahui dari 52 aitem, terdapat 18 aitem yang valid dan 34 aitem yang gugur. Nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ yaitu di atas 0,30 (Hadi, 2015). Maka dapat dikatakan bahwa aitem-aitem variabel gaya hidup hedonis tersebut telah valid.

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif *Fashion* Pakaian

Variabel	Dimensi	Aitem Awal		Aitem Gugur		Aitem Valid		Total
		F	UF	F	UF	F	UF	
P E R I L A K U K O N S U M T I F F A S H I O N	Implusif, Adanya suatu keinginan mengonsumsi secara berlebih dan tiba-tiba	1, 2, 3, 4, 5	6, 7, 8, 9, 10	2	7, 9, 10	1, 3, 4, 5	6, 8	6
	Pemborosan, Mengonsumsi secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal pada produk barang atau jasa yang bukan menjadi suatu kebuatuhan pokok	11, 12, 15, 16	13, 14, 17, 18	16	14, 17	11, 12, 16	13, 18	5
	Inefisiensi biaya, Pola konsumsi yang berwujud seperti mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya sehingga menimbulkan infisiensi biaya	19, 21, 22, 23, 24	20, 25, 26, 27, 28	-	20, 25, 26, 27, 28	19, 21, 22, 23, 24	-	5
Total								16

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui hasil dari uji validitas diketahui dari 28 aitem, terdapat 16 aitem yang valid dan 12 aitem yang gugur. Nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ yaitu di atas 0,30 (Hadi, 2015). Maka dapat dikatakan bahwa aitem-aitem variabel gaya hidup hedonis tersebut telah valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah besaran yang menunjukkan sejauh apa suatu alat ukur dapat dipercaya atau disebut reliabel. Uji reliabilitas dapat dilihat berdasarkan koefisien nilai *alpha cronbach*. Reliabilitas dinyatakan dengan koefisien reliabilitas yang angkanya berada dalam rentang 0 hingga 1.00 berarti semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati angka 1.00 berarti semakin tinggi reliabilitasnya, begitu sebaliknya. Adapun hasil uji reliabilitas terhadap skala gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif *fashion* pakaian adalah sebagai berikut ini:

Tabel 4.3 Koefisien Alpha Cronbach Dua Variabel

Variabel	Koefisien Alpha	Keterangan
Gaya Hidup Hedonis	0,849	Reliabel
Perilaku Konsumtif <i>Fashion</i> Pakaian	0,854	Reliabel

Hasil uji reliabilitas pada kedua skala di atas dapat dikatakan reliabel karena hasil keduanya mendekati 1.00. sehingga kedua skala tersebut layak untuk dijadikan sebagai instrument penelitian yang telah dilakukan.

2. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah data yang kita gunakan untuk penelitian terdistribusi secara normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan teknik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* menggunakan bantuan *SPSS* dengan melihat signifikansi (*2-tailed*). Jika nilai signifikansinya $>0,05$ maka data berdistribusi normal dan jika nilai signifikansinya $<0,05$ maka data berdistribusi tidak normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut.

Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmoorov- Smirnov Test

		Hedonis	Konsumtif
N		178	178
Normal Parameters ^a	Mean	1.2104E2	60.3539
	Std. Deviation	9.53102	8.33978
Most Extreme Differences	Absolute	.077	.082
	Positive	.052	.075
	Negative	-.077	-.082
Kolmogorov-Smirnov Z		1.025	1.097
Asymp. Sig. (2-tailed)		.244	.180

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov – Smirnov* diketahui nilai signifikan. Sehingga dinyatakan data terdistribusi normal atau asumsi normalitas terpenuhi. Menunjukkan bahwa kedua variabel gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif *fashion* pakaian berdistribusi normal ($\text{sig} > 0,05$). Hal ini berarti bahwa skala yang mengukur kedua variabel tersebut memunculkan skor yang normal yaitu tidak ada skor yang terlalu tinggi maupun skor yang terlalu rendah. Dapat disimpulkan data yang ada dapat dikatakan mewakili keseluruhan populasi dan dapat dilanjutkan untuk analisis data selanjutnya.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk membuktikan apakah variabel bebas mempunyai hubungan yang linier dengan variabel terikat. Hasil analisis *SPSS deviation from linearity* menunjukkan nilai 0,006 dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.5 ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Hedonis * Konsumtif	Between Groups	(Combined)	9360.510	34	275.309	5.860	.000
		Linearity	6443.673	1	6443.673	137.156	.000
		Deviation from Linearity	2916.836	33	88.389	1.881	.006
	Within Groups		6718.215	143	46.981		
	Total		16078.725	177			

Dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05 maka ketentuan mengenai linieritas variabel bebas dan terikat pada program *SPSS* diindikasikan dengan jika nilai Sig. > 0,05 maka tidak ada hubungan linier antara kedua variabel yang diuji atau jika nilai Sig. < 0,05 maka ada hubungan linier antara kedua variabel yang diuji. Hasil uji linieritas menunjukkan bahwa data penelitian ini mempunyai hubungan linier dengan hasil signifikansi sebesar 0,006. Oleh karena itu, proses analisis data selanjutnya dapat dilakukan karena telah memenuhi persyaratan linieritas.

3. Analisis Deskriptif Data Hasil Penelitian

Berdasarkan data subjek yang telah didapatkan oleh peneliti pada masing-masing variabel, tahapan selanjutnya adalah analisa data. Analisa data yang dilakukan peneliti menggunakan bantuan *SPSS*. Analisa prosentase selanjutnya digunakan untuk mengetahui subjek berada dalam tingkat tinggi, sedang, atau rendah berdasarkan skor yang dimiliki masing-masing subjek. Peneliti menggunakan tiga tingkat kategorisasi, yaitu tingkat tinggi, tingkat sedang, dan tingkat rendah. Proses kategorisasi tersebut menggunakan norma yang terdapat pada tabel berikut:

Tabel 4.6 Norma Kategorisasi Dua Variabel

No.	Kategori	Kriteria
1.	Tinggi	$X \geq (M + 1SD)$
2.	Sedang	$M - 1SD \text{ s/d } M + 1SD$
3.	Rendah	$X \leq M - 1SD$

Keterangan :

X = Skor yang diperoleh subjek pada skala

M = Mean Hipotetik

SD = Standar Deviasi Hipotetik

a. Analisis Data Gaya Hidup Hedonis

Peneliti menganalisis data gaya hidup hedonis untuk menentukan kategorisasi masing-masing subjek. Paparan analisa data sebagai berikut ini:

1) Mencari *Mean Hipotetik (M)* dan *Standar Deviasi Hipotetik (SD)*

Untuk mengetahui kategorisasi variabel gaya hidup hedonis, maka terlebih dahulu mencari *mean* hipotetik (M) dan standar deviasi hipotetik (SD) yang akan dipaparkan pada tabel berikut:

Tabel 4.7 Rangkuman Hasil Data Statistik Gaya Hidup Hedonis

Variabel	<i>MeanHipotetik</i>			
	Min	Maks	M	Sd
Gaya Hidup Hedonis	20	50	35	6

Nilai skor *mean* hipotetik variabel gaya hidup hedonis dengan jumlah aitem valid sebanyak 18 yang terdiri dari skor minimal 20 dan skor maksimal 50. Nilai *mean* (M) skor *mean* hipotetik sebesar 35 dengan standar deviasi sebesar 6.

2) Menentukan Kategorisasi

Peneliti selanjutnya menganalisa tingkat gaya hidup hedonis pada masing-masing subjek penelitian, dengan cara melihat skor masing-masing subjek dan mencocokkannya pada norma yang sudah dibuat untuk kategorisasi. Di bawah ini akan dipaparkan kategorisasi dan pembagian tingkat kecemasan mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang menurut norma yang telah dibuat oleh peneliti.

Tabel 4.8 Kategorisasi Gaya Hidup Hedonis

No.	Kategori	Norma	Hasil
1.	Tinggi	$X \geq M + 1SD$	$X \geq 42$
2.	Sedang	$M - 1 SD \leq X \leq M + 1SD$	$28 \leq X \leq 42$
3.	Rendah	$X < M - 1 SD$	$X \leq 28$

3) Menentukan Prosentase

Setelah mengetahui kategorisasi tingkat gaya hidup hedonis masing-masing subjek, maka langkah selanjutnya adalah mengetahui presentase dengan menggunakan rumus berikut ini:

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P = Angka Prosentase

F = Frekuensi yang sedang dicari persentasinya

N = Jumlah frekuensi atau banyaknya individu

Hasil prosentase tingkat gaya hidup hedonis mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang adalah sebagai berikut ini:

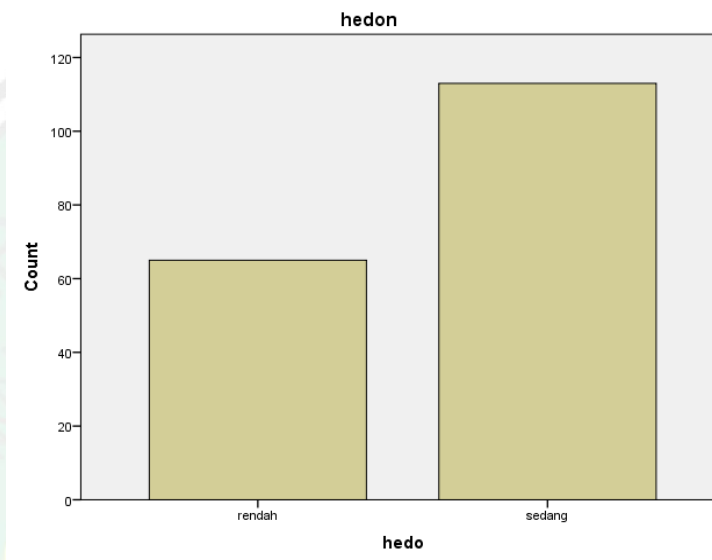
Tabel 4.9 Frekuensi dan Prosentase Tingkat Gaya Hidup Hedonis

Kategori	Norma	Frekuensi	Prosentase
Tinggi	$X \geq 42$	0	0 %
Sedang	$28 \leq X \leq 42$	113	63 %
Rendah	$X \leq 28$	65	37 %

Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui bahwasanya sebagian besar mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki tingkat sedang dalam gaya hidup hedonisnya. Hal tersebut terlihat dari prosentase yang mencapai 63% dari jumlah keseluruhan subjek 113 mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki tingkat gaya hidup hedonis tinggi memiliki skor prosentase 0% karena tidak ada subjek yang memiliki tingkat gaya hidup yang tinggi. Sedangkan mahasiswa yang memiliki tingkat gaya hidup hedonis rendah memiliki skor prosentase 37% dengan jumlah 65 subjek. Berikut ini merupakan diagram prosentase tingkat gaya hidup

hedonis mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Gambar 4.1 Diagram Prosentase Gaya Hidup Hedonis



b. Analisa Data Perilaku Konsumtif *Fashion* Pakaian

Peneliti menganalisis data perilaku konsumtif *fashion* pakaian untuk menentukan kategorisasi masing-masing subjek. Paparan analisa data sebagai berikut ini:

1) Mencari *Mean* Hipotetik (M) da Standar Deviasi Hipotetik (SD)

Untuk mengetahui kategorisasi variabel perilaku konsumtif *fashion* pakaian, maka terlebih dahulu mencari *mean* hipotetik (M) dan standar deviasi hipotetik (SD) yang akan dipaparkan pada tabel berikut:

**Tabel 4.10 Rangkuman dan Hasil Statistik
Perilaku Konsumtif *Fashion* Pakaian**

Variabel	MeanHipotetik			
	Min	Maks	M	Sd
Perilaku Konsumtif <i>Fashion</i> Pakaian	17	49	35	6

Nilai skor *mean* hipotetik variabel perilaku konsumtif *fashion* pakaian dengan jumlah aitem valid sebanyak 16 yang terdiri dari skor minimal 17 dan skor maksimal 49. Nilai *mean* (M) skor *mean* hipotetik sebesar 35 dengan standar deviasi sebesar 6.

2) Menentukan Kategorisasi

Peneliti selanjutnya menganalisa tingkat perilaku konsumtif *fashion* pakaian pada masing-masing subjek penelitian, dengan cara melihat skor masing-masing subjek dan mencocokkannya pada norma yang sudah dibuat untuk kategorisasi. Di bawah ini akan dipaparkan kategorisasi dan pembagian tingkat perilaku konsumtif *fashion* pakaian mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang menurut norma yang telah dibuat oleh peneliti.

Tabel 4.11 Kategorisasi Perilaku Konsumtif *Fashion* Pakaian

No.	Kategori	Norma	Hasil
1.	Tinggi	$X \geq M + 1SD$	$X \geq 42$
2.	Sedang	$M - 1 SD \leq X \leq M + 1SD$	$28 \leq X \leq 42$
3.	Rendah	$X < M - 1 SD$	$X \leq 28$

3) Menentukan Prosentase

Setelah mengetahui kategorisasi tingkat perilaku konsumtif *fashion* pakaian masing-masing subjek, maka langkah selanjutnya adalah mengetahui presentase dengan menggunakan rumus berikut ini:

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P = Angka Prosentase

F = Frekuensi yang sedang dicari presentasinya

N = Jumlah frekuensi atau banyaknya individu

Hasil prosentase tingkat perilaku konsumtif *fashion* pakaian mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang adalah sebagai berikut ini:

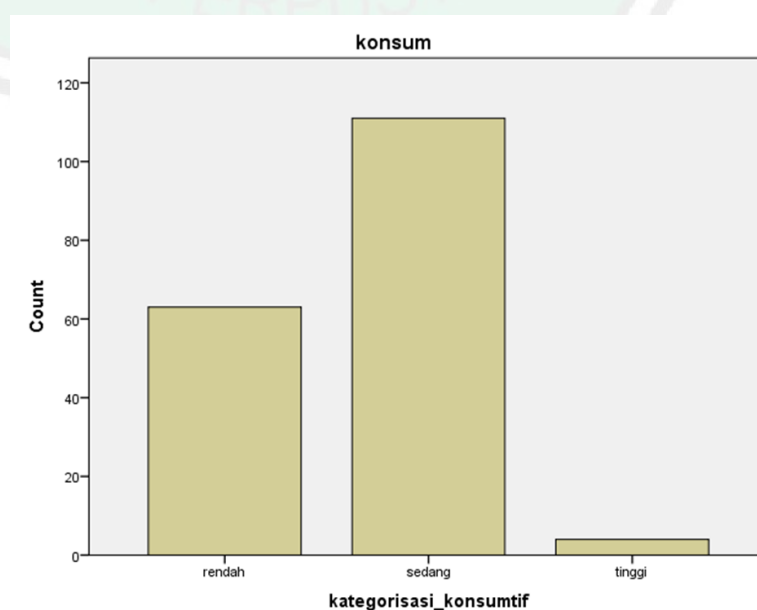
Tabel 4.12 Frekuensi dan Prosentase Tingkat Perilaku Konsumif *Fashion* Pakaian

Kategori	Norma	Frekuensi	Prosentase
Tinggi	$X \geq 42$	4	2,2 %
Sedang	$28 \leq X \leq 42$	111	62,4 %
Rendah	$X \leq 28$	63	35,4 %

Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui bahwasanya sebagian besar mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki tingkat sedang dalam perilaku konsumtif *fashion* pakaian. Hal tersebut terlihat dari prosentase yang mencapai 62,4% dari jumlah keseluruhan subjek 111 mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki tingkat perilaku konsumtif *fashion* pakaian tinggi memiliki skor prosentase 2,2% dari jumlah keseluruhan subjek 4 mahasiswa. Sedangkan mahasiswa yang memiliki tingkat gaya hidup hedonis rendah memiliki skor prosentase 35,4% dengan jumlah 63 subjek. Berikut ini merupakan diagram prosentase tingkat gaya hidup hedonis mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Gambar 4.2

Diagram Prosentase Perilaku Konsumtif *Fashion* Pakaian



c. Analisis Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif *Fashion* Pakaian

Untuk menganalisis korelasi antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif *fashion* pakaian mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang digunakan uji hipotesis terlebih dahulu dengan menggunakan metode analisis statistik *product moment* menggunakan program SPSS. Hasil uji hipotesis dapat dilihat dalam tabel:

Tabel 4.13
Hasil Uji Korelasi Dua Variabel

		Correlations	
		Hedonis	Konsumtif
Hedonis	Pearson Correlation	1	.633**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	178	178
Konsumtif	Pearson Correlation	.633**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	178	178

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Diperoleh koefisien korelasi antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif *fashion* pakaian mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sebesar $r_{xy} = 0,633$ dan $p = 0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif *fashion* pakaian pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Artinya, jika semakin tinggi gaya hidup hedonis maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif *fashion* pakaian. Sebaliknya jika semakin rendah gaya hidup hedonis maka semakin rendah perilaku konsumtif *fashion* pakaian pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Selain itu, dimensi dari gaya hidup hedonis yang paling berpengaruh terhadap perilaku konsumtif *fashion* pakaian adalah dimensi *opinion* (opini) dengan standar koefisien yaitu 0,491 dan prosentase yaitu 27,4 %. Berikut tabel hasil uji regresi linier:

Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.470	7.339		-.064	.949
	Activities	.102	.128	.052	.797	.427
	Interest	.617	.162	.245	3.816	.000
	Opinion	.916	.130	.491	7.056	.000

a. Dependent Variable: Konsumtif

C. Pembahasan

1. **Tingkat Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang**

Suratno dan Rismiati (dalam Fachtritar, 2010) menyatakan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat yang bersangkutan. Gaya hidup sendiri mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup memiliki ada beberapa macam, salah satu diantaranya adalah yang sedang dibahas dalam penelitian ini yaitu gaya hidup hedonis. Yang merupakan gaya hidup dalam mencari kesenangan demi mendapatkan kepuasan dengan menggunakan uang dan waktu yang dimilikinya.

Menurut hasil analisis pada skala gaya hidup hedonis dapat diketahui bahwa tingkat gaya hidup hedonis pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang pada kategori sedang dengan presentase 64% yaitu sebanyak 113 mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata tingkat gaya hidup hedonis mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang rata-rata memiliki gaya hidup hedonis yang sedang.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, gaya hidup hedonis yang dimiliki oleh mahasiswa dalam penelitian ini termasuk kedalam kategori yang sedang, artinya mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi

angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dalam taraf yang masih bisah di control. Mereka dapat mengendalikan dirinya dalam bergaya hidup hedonis dimana mereka tinggal berada di kota pendidikan yang cukup besar. Adapun faktor-faktor yang dapat memengaruhi terjadinya gaya hidup hedonis tersebut, yaitu faktor yang terdapat dalam diri suatu individu yaitu (internal) dan faktor yang berasal dari luar individu (eksternal).

Menurut kotler (1997) menyatakan bahwa faktor internal yang dapat memengaruhi gaya hidup hedonis adalah sikap, pengalaman, pengamatan, kepribadian, konsep diri, dan motif, sedangkan faktor eksternal yang dapat memengaruhi gaya hidup hedonis adalah kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan. Faktor-faktor tersebut dapat menyebabkan gaya hidup hedonis dari mahasiswa, namun masih bertaraf sedang. Artinya, tidak terlalu tinggi dan tidak pula terlalu rendah. Mereka masih dapat mengontrol gaya hidup mereka, meskipun faktor eksternal yang merupakan faktor terbesar dalam memengaruhi mahasiswa bergaya hidup hedonis.

Dalam prosentasi tingkat tinggi gaya hidup hedonis pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang adalah 0% sehingga tidak ada yang memiliki gaya hidup hedonis yang terlalu tinggi. Selain itu dalam prosentase tingkat rendah gaya hidup hedonis pada mahasiswa berjumlah 35,4% yakni

berjumlah 63 mahasiswa yang memiliki gaya hidup hedonis tingkat rendah di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Tingkat gaya hidup hedonis sedang karena sebagian aktivitas yang mereka lakukan sebagian berada di kampus, baik itu kegiatan ekstra seperti mengikuti UKM atau mengikuti sebuah organisasi seperti DEMA, SEMA, HMJ atau PMII di kampus UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Sehingga mahasiswa tidak hanya mengisi waktu luangnya dengan melakukan kegiatan di luar rumah bersama teman sebayanya, seperti nongkrong, jalan-jalan, ataupun berbelanja demi mendapatkan kesenangan dan kepuasan batin dari seorang individu.

Kecenderungan remaja yang suka bergaul atau berkumpul dengan teman-teman merupakan suatu hal yang biasa dilakukan untuk mendapatkan identitas sendiri dimata kelompok mereka. Selain itu tempat tinggal mereka yang berada di kos dan jauh dari rumah yang membuat mereka terbiasa bersosialisasi dan terbiasa setiap harinya bergaul dengan teman sebaya. Jadi faktor yang memengaruhi untuk bergaya hidup hedonis yakni adalah teman sebayanya sendiri.

Selain teman sebaya adapun faktor lain yang dapat memengaruhinya yakni lingkungan keluarga yang merupakan faktor yang dapat memengaruhi aktivitas seperti berbelanja, nongkrong, atau makan di tempat-tempat yang mahal seperti *restaurant*, *KFC*, atau *McDonal's*

yang selalu menyuguhkan makanan ala barat yang sedang *trend* saat ini di kalangan mahasiswa khususnya. Namun ada beberapa mahasiswa yang berpendapat bahwa, wajar atau perlu dilakukan mengikuti gaya hidup hedonis positif yakni agar tidak ketinggalan zaman karena tidak *update* informasi terbaru. Berbeda lagi jika, alasan mengikuti gaya hidup hedonis hanya untuk mencari kesenangan seperti belanja, nongkrong, dan berkunjung tempat hiburan lainnya. Dimana mereka tidak menyadari faktor ekonomi mere yang mengakibatkan mereka sampai meminjam uang pada temannya untuk memenuhi hasrat yang dimilikinya.

Adapun Firman Allah SWT yang menjelaskan tentang gaya hidup hedonis, dimana sangat relevan dengan fakta yang ada di lapangan, yaitu dalam al-Quran surat al-Huud ayat 116:

فَلَوْلَا كَانَ مِنَ الْقُرُونِ مِنْ قَبْلِكُمْ أُولُو بَقِيَّةٍ يَنْهَوْنَ عَنِ الْفَسَادِ فِي الْأَرْضِ إِلَّا قَلِيلًا
مِمَّنْ أَنْجَيْنَا مِنْهُمْ وَاتَّبَعَ الَّذِينَ ظَلَمُوا مَا أُتْرِفُوا فِيهِ وَكَانُوا مُجْرِمِينَ (١١٦)

Artinya:

“Maka mengapa tidak dari umat-umat yang sebelum kamu orang-orang yang mempunyai keutamaan yang melarang daripada (mengerjakan) kerusakan di muka bumi, kecuali sebagian kecil di antara orang-orang yang telah kami selamatkan di anatara mereka, dan orang-orang yang zalim hanya mementingkan kenikmatan yang mewah yang ada pada mereka, dan mereka adalah orang-orang yang berdosa” (al-Quran Surat al-Huud ayat 116)

Dari ayat ini seharusnya sudah menjadi pegangan bagi kita sebagai umat muslim dalam mengambil pelajaran yang terkandung di dalamnya. Dimana agar sebagai umat muslim tidak terjebak dengan kehidupan

duniawi yang membuat gaya hidup kita menjadi bermega-megahan samapai melalikan apa yang sebenarnya kita kerjakan. Dimana Allah SWT sudah mengisyaratkan dalam surat ini untuk kita sebagai umat manusia harus peduli pada orang-orang disekitar kita. Kita tidak boleh lalai dalam mengingatkan sesama umat dari perbuatan-perbuatan yang dilarang dan dibenci oleh Allah SWT, seperti memenuhi kebutuhan yang tidak sesuai dengan takarannya demi memenuhi hasrat keinginannya.

2. Tingkat Perilaku Konsumtif *Fashion* Pakaian Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Perilaku konsumtif merupakan perilaku yang timbul karena keinginan untuk membeli barang-barang yang kurang diperlukan dalam memenuhi kepuasan pribadi menurut Maulana (2015). Fenomena tersebut banyak sekali terjadi pada seorang remaja, seorang individu membeli sebuah barang bukan lagi didasari oleh kebutuhan yang mendesak, melainkan hanya untuk kesenangan pribadi. Perilaku membeli yang tidak disesuaikan dengan kebutuhan akan menyebabkan seseorang menjadi boros, yang mengacu pada segala sesuatu yang berhubungan dengan konsumen untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai sebuah kepuasan.

Menurut hasil analisis pada skala perilaku konsumtif *fashion* pakaian dapat diketahui bahwa tingkat perilaku konsumtif *fashion* pakaian pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN

Maulana Malik Ibrahim Malang pada kategori tinggi adalah 2,2% yakni hanya berjumlah 4 orang mahasiswa, kategori sedang dengan presentase 62,4% yaitu sebanyak 111 mahasiswa dan pada kategori rendah berada pada presentase 35,4% dengan jumlah 63 mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata tingkat perilaku konsumtif *fashion* pakaian mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang rata-rata memiliki perilaku konsumtif *fashion* pakaian yang sedang.

Adapun faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif. Menurut Amstrong dan Kotler (2003) faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. mahasiswa yang merupakan usia masa remaja mudah sekali terpengaruh oleh lingkungan sosial yang sangat kuat dapat memengaruhi perilaku konsumtif. Faktor sosial bisa dari teman sebaya, iklan, atau lingkungan sekitar dia tinggal. Misalnya, ketika mahasiswa tersebut tinggal di sebuah rumah kos pasti mahasiswa tersebut akan sering sekali berkumpul dengan teman-temannya. Hal tersebut dapat menjadi faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa tersebut. Terlebih lagi isu tentang *fashion* pakaian yang sekarang menjadi bahan topik perbincangan oleh kalangan mahasiswa, hal tersebut membuat perilaku konsumtif *fashion* pakaian pada kalangan mahasiswa semakin tinggi. Namun, karena hasil pada analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat perilaku

konsumtif *fashion* pakaian dalam tingkat sedang. Artinya, mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang masih dapat mengontrol pengeluaran mereka dalam melakukan konsumsi dalam memenuhi kebutuhannya.

Pada prinsipnya tujuan mahasiswa adalah untuk menuntut ilmu. Tuntutan mahasiswa dalam menuntut ilmu dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu, menuntut ilmu dan menggali pengalaman untuk menuju masa depan dalam pekerjaan. Oleh karena itu mahasiswa perlu memanej kebutuhan dalam rangka menunjang perkuliahan. Kebutuhan mahasiswa sendiri dapat diperoleh melalui pemasukan uang saku dari orang tua atau hasil jerih payah sendiri (mandiri). Dimana pemasukan mahasiswa dapat bervariasi dari mana asalnya, kadangkala pengeluarannya hampir sama dengan pada setiap mahasiswa. Normalnya mahasiswa yang tujuan utamanya untuk kuliah, maka kebutuhan mahasiswa akan kuliah dapat dikategorikan seperti halnya dalam prinsip ekonomi, yaitu kebutuhan primer, tersier, dan kebutuhan skunder.

3. Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif *Fashion* Pakaian Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Gaya hidup hedonis merupakan sebuah gaya hidup moderen perpaduan dengan budaya barat, yang menjadikan seseorang didorong untuk mengonsumsi barang-barang bermerek demi menunjang penampilannya. Dalam dunia gaya hidup hedonis seorang individu

diajarkan untuk selalu mengikuti perkembangan *mode* dunia mulai dari *fashion*, gaya rambut, nongkrong, makan, nonton, atau berbelanja di sebuah pusat perbelanjaan (*Mall*) menurut Maulana (2015).

Gaya hidup hedonis yang semakin marak menjadikan remaja pada zaman sekarang menggunakan gaya tersebut sebagai alat dalam menunjukkan kelas sosial mereka berada. Tidak jarang gaya hidup menjadi bagian yang sangat penting dalam mentukan sebuah keputusan-keputusan yang akhirnya menjadikan mereka menjadi seseorang yang berperilaku konsumtif. Bahkan tidak jarang lagi ditemukan orang demi memenuhi gaya hidupnya tersebut harus mendapatkan uang dengan hasil meminjam sampai melakukan perilaku yang kurang baik dalam mendapatkan dan memenuhi apa yang mereka inginkan demi mencapai sebuah kepuasan dunia.

Berdasarkan hasil analisis menggunakan *product moment* (*pearson correlation*) dapat diketahui bahwa terdapat hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif *fashion* pakaian pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Hal ini dapat dilihat dari nilai sebesar $r_{xy} = 0,633$ dan $p = 0,000 < 0,05$. Hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya korelasi positif yang signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif *fashion* pakaian mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Semakin tinggi tingkat gaya hidup hedonis maka semakin tinggi perilaku konsumtif *fashion* pakaian pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Hasil penelitian yang menunjukkan adanya hubungan positif dilakukan oleh Patricia dan Handayani (2014). Sebuah studi yang menyatakan bahwa semakin tinggi gaya hidup maka akan semakin tinggi juga perilaku konsumtif yang akan dilakukan. Semakin tinggi gaya hidup yang dilakukan maka akan semakin tinggi pengeluaran yang akan dikeluarkan demi memenuhi kebutuhan yang memang bukan atas dasar kebutuhan, melainkan atas dasar keinginan demi mencapai kepuasan dunia yang akan merugikan diri sendiri pada akhirnya. Karena menurut Islam orang yang boros dengan mengeluarkan banyak keperluan tanpa adanya kebutuhan yang pasti merupakan hal yang sangat di benci oleh Allah SWT.

Gaya hidup hedonis pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang pada tingkat yang sedang, yakni masih dapat terkontrol dengan baik. Sebanding dengan hasil gaya hidup hedonis pada tingkat yang sedang, diketahui bahwa hasil pada perilaku konsumtif *fashion* pakaian pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang pada tingkat yang sedang.

Selain itu dimensi dari gaya hidup hedonis yang paling berpengaruh terhadap perilaku konsumtif *fashion* pakaian adalah dimensi *opinion* (opini) yaitu “jawaban” lisan atau tradisi yang orang berikan sebagai respon terhadap situasi stimulus dimana semacam “pertanyaan” diajukan. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang, dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif menurut Reynold dan Darden (dalam Engel, 1993). Dengan jumlah standar koefisien yaitu 0,491 dan jumlah prosentase yaitu 27,4 %.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif *fashion* pakaian pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang disimpulkan sebagai berikut ini:

1. Tingkat gaya hidup hedonis pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang rata-rata memiliki kategori sedang, artinya bahwa mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang terkadang dapat membatasi bagaimana mereka menjalankan gaya hidup di kota besar dengan pengaruh sosial yang sangat tinggi persentasenya dapat mengubahnya kepada perilaku yang buruk dari kehidupan sekitarnya. Namun, mereka mereka masih dapat mengontrolnya dengan baik.
2. Tingkat perilaku konsumtif *fashion* pakaian pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim rata-rata memiliki kategori sedang, artinya bahwa mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana

Malik Ibrahim Malang mereka dapat mengontrol bagaimana menggunakan uang dengan baik, meskipun terkadang mereka juga suka melakukan perilaku konsumtif demi memuaskan hidupnya. Sehingga uang saku yang diberikan oleh orang tuanya sebagian dapat dipakai menjadi kebutuhan sehari-hari dan sebagian di kumpulkan untuk ditabung, dan ketika keinginan konsumtif mereka rasakan kembali tetap tercukupi dengan terkontrol dengan baik sehingga tidak sampai merugikan diri sendiri.

3. Terdapat hubungan positif yang signifikan antar gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif *fashion* pakaian pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Artinya semakin tinggi gaya hidup hedonisnya maka semakin tinggi perilaku konsumtif *fashion* pakaian. Sebaliknya, jika semakin rendah gaya hidup hedonism aka semakin rendah perilaku konsumtif *fashion* pakaiannya.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan ada beberapa saran yang dapat peneliti berikan berkaitan dengan proses dan hasil diperoleh dari peneliti, antara lain:

1. Bagi Subjek Penelitian

Diharapkan dari penelitian ini, subjek dapat mempertahankan sikapnya yang tidak mudah terpengaruh terhadap perilaku konsumtif terhadap *fashion* pakaian dan gaya hidup hedonis dengan cara melakukan kegiatan yang lebih bermanfaat dalam memanfaatkan waktu luang, dan untuk melakukan perilaku konsumtif lebih pada pemikiran dan memilih barang dengan cara membuat daftar belanja terlebih dahulu, sehingga saat akan berbelanja tidak akan keluar dari catatan belanja yang akan dibeli.

2. Keilmuan Psikologi

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu psikologi terutama psikologi industry, psikologi konsumen, psikologi perkembangan dan psikologi sosial

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menyempurnakan lagi dari kelemahan dalam penelitian ini, kelemahan tersebut adalah keterbatasan peneliti dalam melakukan uji validitas sehingga disarankan untuk menggunakan CVR agar hasil penelitian yang dilakukan akan semakin baik. Untuk pengukuran peneliti selanjutnya disarankan dapat mengukur menggunakan faktor-faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif *fashion* pakaian yang antara lain adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Yusuf Ratu, Fu'ady, M. Anwar, dan Mukhlis, Akhmad. 2015. *Best Practice in Research Report Panduan Penulisan Skripsi Fakultas Psikologi*. Malang: Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Ajizah, Elis. 2010. *Perilaku Konsumtif Pada Remaja*. (<https://shareppba.wordpress.com/2010/01/18/perilaku-konsumtif-pada-remaja/>) diakses pada tanggal 06 Desember 2016, 11:37.
- Ali, Wan Muhammad. (2000). *Islam dan Fitnah*. Kuala Lumpur : Pustaka Syuhada.
- Alias, Mustafa Kamal. (2001). *Islam dan Relativisme Moral Dalam Pemikiran Pasca Modernisme*. Dalam Jurnal Yadim, bil. 2. Kuala Lumpur : Yayasan Dakwah Islamiah Malaysia.
- Amstrong, dan Kotler. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran Jilid I*. Edisi Kesembilan. Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Anom, Eko. 2013. *Stop Gaya Hidup Hedonis*. (<https://www.google.com/amp/s/notesanom.wordpress.com/2013/02/08/stp-gaya-hidup-hedonis-/amp/>) diakses pada tanggal 24 Maret 2017, 11:57.
- Arga, Edgar. 2012. *Gaya Hidup Konsumen*. (<http://boetarboetarzz.blogspot.co.id/2012/11/gaya-hidup-konsumen.html?m=1>) diakses pada tanggal 25 Desember 2016, 10.40
- Arianto, M. Sofyan. 2016. *Perilaku konsumtif dan Gaya Hidup Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Pengguna Online Shop di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya)*. Skripsi. Tidak Diterbitkan.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi V. Jakarta: PT Rineka Cipta
- _____. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktif*. Edisi VI. Jakarta: Rineka Cipta.
- _____. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, Saifuddin. 2004. *Reabilitas dan validas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- _____. 2007. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya, edisi 2*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- _____. 2009. *Sikap Manusia Teori dan pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- _____. 2012. *Validitas dan Reabilitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- _____. 2014. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Basri, Seta. 2011. *Uji Korelasi Pearson*. (<http://setabasri01.blogspot.co.id/2011/04/uji-korelasi-pearson.html>) diakses pada tanggal 25 Maret 2017, 07:58
- Burhanuddin, Salam. 1997. *Etika Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Chaney & Bitta, 2000, *Perilaku Konsumen*, Alih Bahasa Budiyanto. 1994. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Dafid Chaney, "lifestyle Elstasy,kebudayaan pop dalam masyarakat komoditas Indonesia" *Jalasutra*, Yogyakarta, 1997 hal xxv-xxv1
- Deliarnov. 2007. *Ilmu Pengetahuan Sosial Ekonomi untuk SMP dan MTs kelas VII standar Isi 2006*. PT. Gelora Aksara Pratama (https://books.google.co.id/books?id=IB6H8Y186WcC&pg=PA42&lpg=PA42&dq=aspek+perilaku+konsuntif&source=bl&ots=23RNXmVnqz&sig=xUyQd2wSD-AQbtjzqs5j1imn4Q&hl=ban&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=aspek%20perilaku%20konsuntif&f=true) ddiakses pada tanggal 24 Maret 2017, 11:07.
- Departemen Agama RI. (2004). *Al-Jumanatul 'Ali Al-Qur'an dan Terjemahannya*. CV Penerbit J-ART.
- Desmita. 2009. *Psikologi Perkembangan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Devya. 2015. *Hubungan Citra Diri dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri yang Memakai Kosmetik Wajah*. eJournal psikologi, Volume 3, Nomor 1.
- Engel, J. F. Blackwel, R.D. & Miniard, P.W. 1993. *Perilaku Konsumen*. Jilid I. Alih Bahasa: F.X. Budiyanto, Jakarta: Bina Seni Rupa Aksara.
- Fachritiar. 2010. *Pengertian Gaya Hidup Hedonis*. (<https://fachritiar.wordpress.com/tag/pengertian-gaya-hidup/>) diakses pada tanggal 29 Maret 2017, 11:33.

- Fardhani, Priaz Rizka dan Izzati, Umi Anugrah. 2013. *Hubungan Antara Konformitas Dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja (Studi Pada Siswa Kelas XI Sma Trimurti Surabaya*. Volume 01, Nomor 02.
- Firdaus, Ainii. 2009. *Education Management Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam*. (<https://masdaus.blogspot.co.id/2009/05/perilaku-konsumtif-dalam-perspektif.html?m=1>) diakses pada tanggal 24 Maret 2017, 07:10.
- GEM, Collins. 1993. *Kamus Saku Biologi*. Jakarta: PT.,Erlangga,
- Hadi, Sutrisno. 1993. *Metodologi Research*. Jilid I. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____. 2004. *Statistika Jilid 2*. Yogyakarta: Andi
- _____. 2015. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset
- Hadijah, Idah. 2014. Upayah Peningkatan Export Drive Industri Fashion Di Era Globalisasi. *Teknologi dan Kejuruan*, Volume. 37, Nomor. 1.
- Haryono, Pulyadi. 2015. *Hubungan Gaya Hidup dan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 5 Samarinda*. eJournal Psikologi, Volume 3, Nomor 2. Hal 569-578.
- Hussin, Hj Huzili dan Abdullah, Shuhairini. *Menangani Penetrasi Budaya Hedonisme di Kalangan Mahasiswa: Satu Penyelesaian Menurut Perspektif Islam dan Kaunseling*. Pusat kemahiran Komunikasi dan Keushaaan. Universiti Kejuruteraan Utara Malaysia.
- Indrawati, Devi. 2015. Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab “ZOYA”. *Journal of Research in Economic and Management*, Volume 15, Nomor 2. Hal 302-319.
- Kasali, Rhenald. 1998. *Membidik Pasar Indonesia*. Jakarta: PTGramedia PustakaUtama.
- _____. 2008. *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- _____. 2003. *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Cetakan kelima. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P & Amstrong, G.1997. *Principals Of Marketing*. Edisi 3. Alih Bahasa: Sindoro dan Molan. Jakarta: Prenhalindo.
- Kresdianto, Dwi. (2014). *Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Fashion Pakaian Pada Mahasiswi Di Fakultas Psikologi Uin Maliki Malang*. Skripsi. Tidak diterbitkan

- Laila, Qumruin Nurul. 2015. *Pemikiran Pendidik Moral Albert Bandura*. Volume. III, Nomor. 1.
- Latipun. 2011. *Psikologi Konseling (edisi ketiga)*. Malang: UMM Press.
- Lestari, Diyah Mega. 2016. *Islam dan Hedonisme*. (<https://fatonikeran.blogspot.co.id/2016/06/hedonisme.html?m=1>) diakses pada tanggal 24 Maret 2017, 08:45
- Martha. Hartati, S., dan Setyawan, M. 2008. Correlation Among Self-Esteem With A Tendency Hedonist Lifestyle Of Students At Diponegoro University. *Journal of Psychology*.
- Maulana. Ridwan. 2015. *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. (www.kompasiana.com/maulanaridone/remaja-dan-perilaku-konsumtif_552a70ce6ea834ad6c552d01) diakses pada tanggal 29 Maret 2017, 12.08.
- Mohd. Rosli Hussain, 2003. *Pembangunan Insan : Kajian Perbandingan Antara Al-Ghazali dan Ibn Khaldun*. Dissertasi Sarjana Usuluddin, Jabatan Sejarah dan Tamadun Islam, Universiti Malaya. Tidak diterbitkan.
- Monks. 2009. *Tahap Perkembangan Masa Remaja*. *Medical Journal New Jersey Muagman, 19980. Definisi Remaja*. Jakarta: Grafindo Jakarta.
- Munazzah, Zinti. 2016. Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah Universitas Islam negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Skripsi. tidak diterbitkan.
- Ningsih, Suprihatin. 2016. *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Prokrastinasi Kerja Terhadap Kesiapan Kerja Pegawai Yang Dipindah Statuskan Di Dinas Pertambangan Dan Energi Kabupaten Kutai Kartanegra*. eJournal Psikologi Volume.4, Nomor.2.
- Panduan Praktis Analisis SPSS untuk Manajemen (Keuangan, SDM & Pemasaran). *Center Laboratory and ICT (CLICT)*.
- Patricia, Nesa Lydia, dan Handayani, Sri. 2014. Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X". *Jurnal Psikologi* Volume. 12, Nomor. 1.
- Plummer, R. 1983. *Life Span Development Psychology: Personality and Socialization*. New York: Academic Press.
- Praja, Dauza Deriyansyah dan Anita, Damayantie. *Potret Gaya Hidup Hedonisme Di Kalangan Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Sosiologi FISIP Universitas Lampung)*. *Jurnal Sociologie*. Volume 1, Nomor 3. Hal 184-193.

- Reksoatmodjo, Tedjo N. 2009. *Statistika Untuk Psikologi dan Pendidikan*. Bandung: PT Refika Aditama
- Rianto. *Hubungan Antara Konformitas Kelompok Teman Sebaya Dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa Kab. Dhamasraya Di Yogyakarta*. Fakultas Psikologi, Universitas Ahmad Dahlan. Yogyakarta.
- Sakinah. 2002. *Media muslim muda*. Elfata: Solo
- Santrock. Jhon W. 2012. *Life-Span Development Perkembangan Masa – Hidup*. Edisi Ketigabelas Jilid I. Jakarta: Erlangga
- Setiadi, N, J. 2003. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Kencana.
- Siregar, S. 2011. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Subana, Sudrajat. 2005. *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Pustaka Setia
- Subandy, Idi. 1997. *Ecstasy Gaya Hidup*. Bandung: Penerbit Mizan.
- Subbag Akademik Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
- Sudjana & Ibrahim. 2007. *Penelitian dan Pendidikan*. Bandung: Sinar Baru Algesindo.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumartono, 2002, *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan. Televisi*, Alfabeta, Bandung.
- Sumintono, B., & Widhiarso. (2013). *Aplikasi Model Rasch untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*. Penerbit: Trim Komunikata Publising House.
- Suryabrata, Sumadi. 1985. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: CV Rajawali.
- _____. 1994. *Metode Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Susanto, Alfonsus Budi. 2001. *Potret-Potret Gaya Hidup Metropolis*. Jakarta: Toko Buku Kompas Anak Anda. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Susianto, H. 1993. *Studi Gaya Hidup Sebagai Upaya Mengenal Kepentingan Anak Muda*. *Jurnal Psikologi dan Masyarakat*, Vol. 1, No. 1. Grasindo, Jakarta.
- Suyasa, P & Fransisca. 2005. *Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran*. *Phorenesis*, Vol.7, No.2, 172-198.
- Swastha, Banu dan T. Hani Handoko. 1997. *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : BPFE.
- Taylor, Shelley. E, Peplaw, Letitia Anne, dan Sears, David O. 2009. *Psikologi Sosial*. Edisi Kedua Belas. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Triyaningsih, SL. 2011. *Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat*. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Volume. 11, Nomor. 2, Hal: 172-177.
- Usman, Husaini dan Akbar, R. Purnomo Setiady. 2011. *Pengantar Statistika*. Edisi Kedua. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Veenhoven, R. 2007. The Art of Buying Coming to Term with Money and Materialism. *Journal of Happiness Studies*. Vol. 4, No. 4, hal. 198-216. www.E-Psikologi.com
- Wikipedia. (https://id.wikipedia.org/wiki/Hedonisme#cite_note-Suseno-1)
- Yuwanisa, Aini. 2010. *Perilaku Konsumtif Pada Remaja Terhadap Chatting*. (<https://www.google.com/amp/s/ainiyuwanisa.wordpress.com/2009/11/15/perilaku-konsumtif-pada-remaja-terhadap-chatting-tugas-ii/amp/>) diakses pada tanggal 24 Maret 2017, 11:25.
- Zulkifli, Al Ridho. 2016. *Gaya Hidup Hedonisme Di Kalangan Mahasiswa Penerima Beasiswa Kaltim Cemerlang 2014 Di Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman*. *eJournal Sosiatri-Sosiologi*. Volume. 4, Nomor.2.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Bersama ini, izinkanlah saya meminta kesediaan anda untuk meluangkan waktu guna mengisi angket berikut ini. Informasi ini saya perlukan untuk menyelesaikan tugas **Skripsi** pada Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Saya sangat mengharapkan kejujuran dan kemurnian atas jawaban yang anda berikan. Jawaban yang anda berikan merupakan sumbangan yang sangat berharga bagi penelitian ini. Semua jawaban yang anda berikan **benar**. Jawaban terbaik adalah jawaban yang sesuai dengan keadaan diri anda yang sebenarnya. Saya menjamin semua jawaban yang anda berikan akan dirahasiakan sesuai dengan kode etik ilmiah. Atas kesediaan dan kerjasamanya saya ucapkan banyak terima kasih.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Hormat Saya,
Dewy Alifiyah Rachma

=====

DATA IDENTITAS

Nama : (boleh inisial)

NIM :

No Telepon :

Jenis Kelamin : Laki-aki / Perempuan

=====

Petunjuk Pengisian :

1. Berilah tanda silang (X) pada salah satu jawaban dari setiap pernyataan di bawah ini:

SS : Bila pernyataan **Sangat Sesuai** dengan keadaan diri anda
S : Bila pernyataan **Sesuai** dengan keadaan diri anda
TS : Bila pernyataan **Tidak Sesuai** dengan keadaan diri anda
STS : Bila pernyataan **Sangat Tidak Setuju** dengan keadaan diri anda

		SS	S	TS	STS
--	--	---------------	---	----	-----

2. Apabila terjadi kesalahan dalam menjawab, berilah lingkaran pada tanda silang (X) yang telah dibuat, kemudian berilah tanda silang (X) yang baru pada jawaban yang dikehendaki.

		(SS)	S	TS	STS
--	--	-------------------	---	---------------	-----

3. Apabila anda telah selesai menjawab, periksalah kembali dan pastikan tidak ada yang terlewatkan.

SKALA 1

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya suka mengoleksi barang-barang bermerek	SS	S	TS	STS
2.	Saya membeli barang yang sudah saya miliki	SS	S	TS	STS
3.	Saat berlibur, saya ingin beristirahat	SS	S	TS	STS
4.	Saya suka berkumpul bersama teman-teman meskipun hanya sekedar mengobrol	SS	S	TS	STS
5.	Saya tidak pernah menikmati istirahat saya saat berlibur	SS	S	TS	STS
6.	Saya tidak akan membeli barang yang sudah saya miliki	SS	S	TS	STS
7.	Saya suka mengoleksi barang kuno	SS	S	TS	STS
8.	Dengan tidak berkumpul bersama teman-teman tidak membuat saya merasa kesepian	SS	S	TS	STS
9.	Dengan memakai pakaian bermerek membuat saya tampil percaya diri	SS	S	TS	STS
10.	Gaya berpakaian dari teman-teman menjadi acuan saya dalam bergaya	SS	S	TS	STS
11.	Saya takut dikritik teman-teman tentang penampilan saya karena terlihat kuno	SS	S	TS	STS
12.	Saya senang ketika berbelanja di <i>Mall</i>	SS	S	TS	STS
13.	Saya mudah terpengaruh teman-teman untuk membeli pakaian di <i>Mall</i>	SS	S	TS	STS
14.	Jika saya tidak nyaman, saya tidak akan mengikuti teman-teman	SS	S	TS	STS
15.	Saya suka berbelanja di pasar tradisional	SS	S	TS	STS
16.	Saya nyaman ketika berpenampilan serba apa adanya	SS	S	TS	STS
17.	Teman-teman mengatakan gaya penampilan saya kuno, tapi itu tidak menjadi masalah buat saya	SS	S	TS	STS
18.	Saya lebih suka menghemat uang dari pada berbelanja dan menghamburkan uang di <i>Mall</i>	SS	S	TS	STS
19.	Saya senang menghabiskan waktu bersama keluarga	SS	S	TS	STS
20.	Saya suka berdiam diri di dalam rumah	SS	S	TS	STS
21.	Saya percaya diri ketika mengikuti sebuah <i>genk</i> dalam menunjang penampilan	SS	S	TS	STS
22.	Saya suka menghabiskan waktu di luar rumah	SS	S	TS	STS
23.	Saya senang menghabiskan waktu bersama orang lain dari pada keluarga	SS	S	TS	STS
24.	Dalam menunjang penampilan, saya tidak harus memiliki sebuah <i>genk</i>	SS	S	TS	STS

25.	Saya tidak mau mengikuti apa yang dilakukan oleh teman-teman jika saya tidak suka	SS	S	TS	STS
26.	Saya rela mengikuti apa yang diinginkan oleh teman-teman	SS	S	TS	STS
27.	Saya akan melakukan apa yang dilakukan oleh teman-teman, supaya tidak dijauhi oleh mereka	SS	S	TS	STS
28.	Saya tidak akan memaksakan diri saya jika memang tidak sesuai dengan teman-teman saya	SS	S	TS	STS
29.	Saya senang mengikuti rekreasi yang diadakan oleh teman-teman	SS	S	TS	STS
30.	Karena bagus, saya selalu ingin membeli pakaian yang dipajang di katalog baju bermerek	SS	S	TS	STS
31.	Saya lebih tertarik berbelanja <i>online</i> dari pada di toko	SS	S	TS	STS
32.	Saya lebih suka menikmati liburan yang sederhana bersama keluarga	SS	S	TS	STS
33.	Pakaian bermerek yang sedang <i>trend</i> tidak harus saya miliki	SS	S	TS	STS
34.	Karena kurang meyakinkan, saya tidak suka berbelanja <i>online</i>	SS	S	TS	STS
35.	Saya sangat menikmati liburan ke luar negeri bersama teman-teman	SS	S	TS	STS
36.	Saya tidak hobi mengikuti rekreasi	SS	S	TS	STS
37.	Saya tidak perlu memaksakan diri untuk membeli pakaian yang dipajang di katalog baju bermerek hanya karena terlihat bagus	SS	S	TS	STS
38.	Saya senang membeli barang bermerek yang sedang populer	SS	S	TS	STS
39.	Saya senang berpenampilan mencolok di tempat umum	SS	S	TS	STS
40.	Saya rela meninggalkan perkuliahan demi mendapatkan diskon di <i>Mall</i>	SS	S	TS	STS
41.	Menurut saya, barang-barang bermerek itu lebih terjamin kualitasnya	SS	S	TS	STS
42.	Saya suka berpenampilan apa adanya	SS	S	TS	STS
43.	Saya senang memiliki barang kuno	SS	S	TS	STS
44.	Ketika membeli produk saya lebih mempertimbangkan manfaatnya daripada merek	SS	S	TS	STS
45.	Saya tidak akan memikirkan dua kali untuk membeli produk bermerek	SS	S	TS	STS
46.	Saya tidak akan membeli produk bermerek walaupun uang saya lebih	SS	S	TS	STS
47.	Saya senang menjadi pusat perhatian saat berada dalam suatu acara	SS	S	TS	STS
48.	Ketika teman-teman mengajak pergi ke mall saya tidak akan ikut bersama mereka karena ada tugas kuliah yang jauh lebih penting harus dikerjakan	SS	S	TS	STS

49.	Saya senang membeli produk yang sedang <i>trend</i>	SS	S	TS	STS
50.	Saya akan tetap membeli produk bermerek, meskipun pada saat itu uang yang saya miliki tidak cukup bahkan sampai mengutang pada teman	SS	S	TS	STS
51.	Saya akan berpikir panjang sebelum memutuskan untuk membeli produk bermerek	SS	S	TS	STS
52.	Saya lebih memilih berpenampilan biasa saja daripada menarik perhatian orang lain	SS	S	TS	STS



SKALA 2

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
1.	Saya sering membeli pakaian hanya karena keinginan sesaat	SS	S	TS	STS
2.	Pakaian bermerek membuat saya lebih percaya diri	SS	S	TS	STS
3.	Saya mudah tergoda membeli pakaian yang dipajang di etalase toko	SS	S	TS	STS
4.	Saya rela mengeluarkan banyak uang untuk membeli pakaian bermerek demi menunjang penampilan	SS	S	TS	STS
5.	Saya sering tiba-tiba membeli pakaian bagus yang sedang dipajang di toko karena takut kehabisan	SS	S	TS	STS
6.	Saya lebih suka menabung daripada membeli pakaian	SS	S	TS	STS
7.	Saya sering merasa menyesal ketika membeli baju secara tiba-tiba	SS	S	TS	STS
8.	Saya akan membeli barang sesuai dengan kebutuhan	SS	S	TS	STS
9.	Pakaian yang dipajang di etalase toko tidak membuat saya ingin membelinya	SS	S	TS	STS
10.	Saya merasa penampilan luar bukan segalanya, jadi tidak harus selalu mengikuti <i>trend</i>	SS	S	TS	STS
11.	Saya langsung membeli barang yang kusukai meskipun harganya sangat mahal	SS	S	TS	STS
12.	Saya sangat senang membeli pakaian di distribution outlet meskipun saat ini belum berpenghasilan sendiri	SS	S	TS	STS
13.	Saya lebih memprioritaskan menabung dari pada membeli pakaian di distribution outlet karena belum berpenghasilan sendiri	SS	S	TS	STS
14.	Saya akan membeli pakaian, ketika saya memiliki uang yang lebih	SS	S	TS	STS
15.	Barang-barang yang saya beli kadang-kadang tidak terpakai	SS	S	TS	STS
16.	Saya selalu membeli pakaian setiap seminggu sekali	SS	S	TS	STS
17.	Lebih baik mementingkan keperluan kuliah daripada gaya berbusana	SS	S	TS	STS
18.	Saya selalu mempertimbangkan pengeluaran (uang) ketika ingin membeli barang yang kusukai	SS	S	TS	STS
19.	Saya sering tergoda membeli pakaian ketika sedang berjalan-jalan di mall	SS	S	TS	STS
20.	Saya mampu menahan diri untuk tidak terpengaruh rayuan penjual	SS	S	TS	STS
21.	Saya sangat boros dalam menggunakan uang, karena untuk membeli pakaian bermerek	SS	S	TS	STS
22.	Saya tidak menolak ketika teman-teman mengajak berbelanja di mall karena sedang banyak diskon pakaian bermerek	SS	S	TS	STS

23.	Saya masih ingin membeli barang yang sudah saya miliki sebelumnya	SS	S	TS	STS
24.	Saya langsung membeli barang yang saya sukai ketika berjalan-jalan di mall karena rayuan penjual	SS	S	TS	STS
25.	Saya sering mengurungkan niat untuk membeli barang tanpa adanya kebutuhan yang mendesak	SS	S	TS	STS
26.	Saya selalu mengatur jumlah pengeluaran belanja sebelumnya, jika ingin membeli pakaian bermerek	SS	S	TS	STS
27.	Saya menolak ketika teman-teman mengajak berbelanja di mall karena ada kegiatan yang lebih penting untuk dilakukan	SS	S	TS	STS
28.	Saat ada iklan diskon pakaian di media sosial, saya tidak ingin membelinya	SS	S	TS	STS



Hasil Skor Aitem Gaya Hidup Hedonis

2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	4	1	1	2	3	3	4	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	1	3	1	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	12	
2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	11			
2	2	4	4	3	2	2	3	2	3	3	3	3	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	4	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	12				
4	3	2	4	2	3	1	1	4	1	3	1	1	2	3	2	3	2	3	1	4	2	2	3	3	2	3	3	3	3	1	2	3	1	2	4	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	12					
3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	12					
3	2	4	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	4	3	2	3	3	1	2	4	1	1	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	3	1	3	2	3	3	1	1	2	2	2	11			
3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	1	3	2	2	1	2	2	2	1	2	11			
4	2	2	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	1	2	1	2	3	2	3	2	2	2	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	13				
3	2	1	4	2	2	4	3	4	3	2	2	2	2	3	2	3	1	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	1	2	3	3	1	1	3	2	3	2	2	4	2	3	3	2	2	12			
3	2	3	4	3	2	2	2	3	2	3	4	3	1	2	3	1	2	4	3	3	2	2	2	1	1	4	2	4	3	3	2	2	2	3	2	2	4	3	3	2	2	3	3	3	2	4	2	2	4	1	2	13		
4	2	4	4	3	1	3	2	4	2	2	4	3	2	2	2	2	3	3	4	2	2	1	2	2	3	2	4	4	4	1	2	2	4	1	2	2	3	2	2	3	2	3	1	1	1	3	2	4	1	3	3	3	2	13
2	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	4	3	3	4	2	3	3	1	3	2	2	3	2	13			
2	2	2	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	4	1	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	4	2	3	3	1	3	2	3	2	2	2	2	13			
3	2	2	4	3	1	3	4	4	1	1	2	1	1	2	2	1	3	3	2	1	2	3	1	1	3	3	2	3	4	2	2	2	1	1	3	1	4	3	1	4	1	2	1	1	3	3	1	3	1	2	3	13		
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	1	2	3	2	3	3	2	2	2	13		
2	2	3	4	4	4	3	3	1	1	1	3	1	4	2	1	2	1	3	1	1	3	3	2	1	4	1	1	3	2	1	2	4	1	2	4	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	3	2	3	2	4	1	2	11
3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	12	
2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	4	3	2	3	3	3	1	3	2	2	3	2	2	1	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	1	3	2	1	2	3	2	2	2	11		
3	2	3	3	1	2	2	2	4	4	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	1	3	4	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	13		
2	3	2	4	3	3	4	3	2	1	2	3	1	2	2	2	2	4	2	2	2	3	2	1	3	2	2	4	2	2	2	1	2	1	4	2	2	2	2	1	3	2	3	2	2	3	2	1	2	2	2	2	11		
4	2	4	4	3	1	3	2	4	2	2	4	3	2	2	2	2	3	3	4	2	2	1	2	2	3	2	4	4	4	1	2	2	4	1	2	2	4	1	2	2	3	2	4	1	3	3	3	2	2	13				
2	2	3	4	3	2	3	4	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	4	1	2	2	3	2	2	4	3	4	2	3	4	2	3	3	2	2	4	3	4	2	3	3	2	3	1	2	3	2	1	1	2	11			

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	Hail	
2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	4	1	1	1	3	4	3	2	3	3	48	
2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	56	
3	2	2	1	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	1	1	1	4	1	2	3	3	2	1	2	3	2	61	
4	2	2	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	3	42	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	75	
2	3	3	3	2	2	4	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	70
3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	68	
2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	59
3	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	57
3	2	3	3	1	2	2	2	3	2	1	2	2	2	3	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	3	3	55	
2	3	3	2	2	1	3	2	3	3	2	2	1	3	1	2	1	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	63
3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	1	3	1	2	2	3	3	2	4	2	3	2	3	3	3	70	
3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	60
2	3	1	2	1	1	3	1	1	3	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	2	2	1	2	46
3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	73	
4	3	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	2	2	3	1	1	1	4	2	3	2	1	1	1	1	1	1	2	49
2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	45
3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	61
2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	1	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	69
3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	61
3	3	2	2	2	2	3	1	2	4	3	3	2	1	3	1	2	3	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	59
2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	62
2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	57
2	3	2	1	1	2	2	2	1	2	3	2	2	3	3	1	2	1	2	1	1	3	3	2	2	1	1	1	1	52
2	3	1	1	1	1	2	1	4	2	1	1	1	2	3	1	4	1	1	4	1	1	1	1	1	1	2	4	4	52
2	2	2	2	2	1	3	1	2	3	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	3	2	2	1	1	1	1	1	1	49
3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	73	
3	4	3	3	3	3	1	2	2	3	3	3	4	1	3	2	1	2	3	2	4	3	3	3	2	2	1	4	73	
3	3	3	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	2	3	1	2	2	4	1	3	2	2	2	2	2	3	3	63	
3	3	1	1	1	1	2	2	3	2	2	2	2	1	3	1	3	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	52	
3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	69	

Hasil Skor Aitem Gaya Hidup Hedonis

3	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	53		
2	3	2	3	2	2	2	2	3	4	1	1	4	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	69	
2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	3	1	1	2	3	1	2	2	1	2	53	
3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	4	2	3	2	1	2	2	3	2	3	3	3	1	2	2	3	3	68	
2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	3	2	3	65	
3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	63	
2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	57	
3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	1	2	3	2	3	1	1	1	4	1	1	2	2	2	2	2	2	3	61	
2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	1	2	2	2	2	2	1	3	4	2	1	2	2	2	2	2	2	3	59	
2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	61	
3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	65	
3	3	3	3	3	3	1	2	4	3	3	3	3	2	3	1	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	70
3	2	2	2	3	2	2	2	2	4	1	2	2	2	3	1	2	1	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	58	
2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	3	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	51	
2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	60	
1	1	3	1	1	4	1	1	4	2	1	1	4	1	3	1	2	1	4	2	1	3	2	2	1	1	3	1	53	
3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	67	
2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	1	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	67	
2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	36	
3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	67	
3	3	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	1	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	62	
3	3	3	3	3	1	2	2	2	2	3	2	1	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	1	2	2	2	63	
2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	1	1	1	2	2	3	2	2	3	1	2	3	2	3	3	63	
3	4	3	3	3	2	1	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	1	3	2	3	4	3	3	2	1	3	4	71	
2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	63	
2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	54	
3	3	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	3	3	1	1	2	3	2	2	3	2	1	2	2	1	1	53	
3	4	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	1	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	71	
3	2	3	2	1	2	3	2	3	1	1	2	2	2	3	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	53	
2	3	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	47	
2	3	2	2	2	2	2	1	2	1	2	3	1	2	2	1	1	2	2	1	1	3	3	3	2	1	1	2	52	

Hasil Skor Aitem Gaya Hidup Hedonis

2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	63
2	3	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	52
2	1	2	2	2	3	1	2	1	1	1	2	4	2	3	1	3	1	2	1	2	1	3	2	2	2	2	3	54
2	3	2	2	2	2	3	1	2	2	1	2	2	1	3	1	1	2	3	2	2	2	2	2	1	2	1	3	54
3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	68
3	4	3	3	4	2	2	1	2	2	4	3	2	1	3	3	2	2	4	2	3	4	3	3	2	1	2	1	71
3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	1	3	2	2	2	2	2	3	64
3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	60
2	3	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	54
3	4	2	2	1	2	2	1	1	1	3	2	2	2	4	2	1	2	3	2	3	2	3	3	2	1	1	1	58
2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	4	1	3	2	3	1	2	2	3	1	1	1	3	2	61
2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	3	1	2	3	3	2	2	3	61
2	2	3	2	3	1	2	3	2	3	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	3	2	54
3	3	2	3	2	2	3	1	3	4	3	1	1	2	3	1	3	2	2	1	1	3	3	1	3	2	3	2	63
2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	68
3	3	3	1	2	2	2	2	2	3	1	3	3	2	2	1	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	64
3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	67
2	3	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3	1	2	3	2	2	1	1	2	2	46
3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	1	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	66
3	2	2	3	2	4	3	2	3	1	2	3	4	3	3	2	1	3	3	3	3	4	2	3	2	1	3	2	72
1	4	3	2	3	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	3	2	3	1	1	2	1	48
2	3	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	55
3	3	3	2	3	1	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	1	66
2	4	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	1	2	1	3	2	4	2	2	3	2	2	3	1	3	3	66
2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	1	2	3	2	3	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	64
4	2	4	2	4	3	3	2	3	2	4	2	2	2	2	1	1	2	4	2	2	2	1	2	2	2	2	3	67
3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	59
3	2	2	1	2	1	2	1	3	3	2	1	1	1	2	1	1	1	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	52
3	4	4	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	77
1	1	1	1	1	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	1	2	2	3	59
3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	71

Hasil Skor Aitem Gaya Hidup Hedonis

3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	65			
3	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	3	2	3	1	2	1	1	3	2	2	1	1	1	2	51	
1	1	1	1	1	4	1	4	4	1	4	4	4	1	4	1	1	1	4	1	4	4	1	4	4	1	1	3	66	
2	1	2	1	1	2	3	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	4	1	1	3	2	1	2	2	1	2	48
2	4	3	2	2	2	2	1	3	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	3	1	3	1	2	4	1	1	1	54
2	4	4	4	4	1	1	2	3	3	3	3	2	1	4	2	1	1	4	2	4	4	2	3	2	1	1	3	71	
3	4	4	3	2	2	1	2	4	4	2	2	2	1	3	1	1	3	3	3	3	2	2	1	3	2	2	3	2	67
4	4	3	4	4	3	2	2	1	1	4	3	2	3	3	4	1	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	74
3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	1	2	3	68	
2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	50
2	3	2	2	1	3	2	2	2	3	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	49
3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	62
2	3	3	2	3	1	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	1	1	2	1	3	1	2	3	2	1	1	2	59	
2	2	1	2	2	2	3	1	2	1	3	2	2	2	4	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	3	52
3	2	2	3	3	1	2	1	2	1	3	3	1	2	3	1	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	61
2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	66
3	2	3	4	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	4	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	4	76	
2	3	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	4	1	47
2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	56
3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	61
2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	4	1	1	1	3	4	3	2	3	3	48
2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	45
2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	57
3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	67
2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	1	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	69
2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	68
4	2	2	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	3	42
2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	62
3	2	2	1	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	1	1	1	4	1	2	3	3	2	1	2	3	2	61	
2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	54
3	3	3	3	3	3	1	2	4	3	3	3	3	3	2	3	1	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	1	2	70

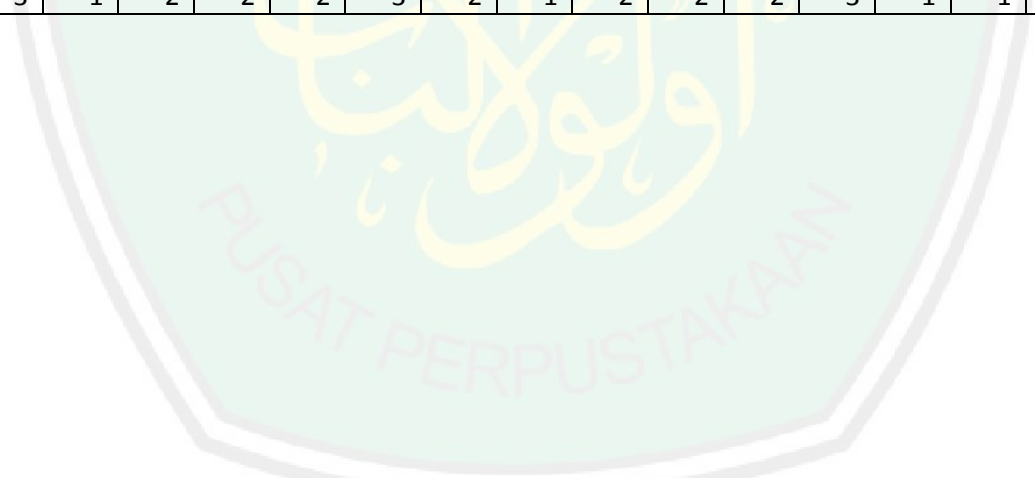
Hasil Skor Aitem Gaya Hidup Hedonis

MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

2	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2	3	1	1	1	3	1	1	2	2	2	2	1	2	3	47
1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	3	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	4	48
2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	3	1	1	1	2	2	2	2	3	2	2	2	1	3	49
2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	59	
3	2	3	1	1	2	3	1	2	2	2	1	2	1	3	1	1	1	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	52
3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	66
2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	3	2	2	2	3	2	3	4	2	2	1	2	1	2	61
3	3	2	3	4	3	4	2	2	2	2	2	2	2	4	3	2	2	2	3	3	3	4	1	2	1	2	2	70
3	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2	4	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	45
3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	67
2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	61
3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	66
3	3	2	3	2	2	3	1	3	4	3	1	1	2	3	1	3	2	2	1	1	3	3	1	3	2	3	2	63
2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	68
3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	63
2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	57
3	3	3	3	3	1	2	2	2	2	3	2	1	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	1	2	2	2	2	63
2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	1	1	1	2	2	3	2	2	3	1	2	3	2	3	3	63
3	4	4	3	2	2	1	2	4	4	2	2	2	1	3	1	1	3	3	3	2	2	1	3	2	2	3	2	67
4	4	3	4	4	3	2	2	1	1	4	3	2	3	3	4	1	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	74
3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	1	2	3	68	
3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	73	
3	4	3	3	3	3	1	2	2	3	3	3	4	1	3	2	1	2	3	2	4	3	3	3	2	2	1	4	73
3	3	3	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	2	3	1	2	2	4	1	3	2	2	2	2	2	3	3	63
3	3	1	1	1	1	2	2	3	2	2	2	2	1	3	1	3	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	52
3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	69
3	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	53
2	3	2	3	2	2	2	2	3	4	1	1	4	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	69
2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	3	1	1	2	3	1	2	2	1	2	53
4	4	3	4	4	3	2	2	1	1	4	3	2	3	3	4	1	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	74
2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	3	1	2	2	52

Hasil Skor Aitem Gaya Hidup Hedonis

2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	61	
3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	65
3	3	3	3	3	3	1	2	4	3	3	3	3	2	3	1	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	70
3	2	2	2	3	2	2	2	2	4	1	2	2	2	3	1	2	1	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	58
2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	51
2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	60
1	1	3	1	1	4	1	1	4	2	1	1	4	1	3	1	2	1	4	2	1	3	2	2	1	1	3	1	53	
3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	1	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	66
3	2	2	3	2	4	3	2	3	1	2	3	4	3	3	2	1	3	3	3	3	4	2	3	2	1	3	2	72	
1	4	3	2	3	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	3	2	3	1	1	2	1	48	
2	3	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	55
3	3	3	2	3	1	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	1	66	
2	4	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	1	2	1	3	2	4	2	2	3	2	2	3	1	3	3	66	
2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	1	2	3	2	3	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	64
4	4	3	4	4	3	2	2	1	1	4	3	2	3	3	4	1	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	74
3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	1	2	3	68	
2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	50
2	3	2	2	1	3	2	2	2	3	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	49
3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	62
2	3	3	2	3	1	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	1	1	2	1	3	1	2	3	2	1	1	2	59	
2	2	1	2	2	2	3	1	2	1	3	2	2	2	4	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	3	52	
3	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	57
3	2	3	3	1	2	2	2	3	2	1	2	2	2	3	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	3	3	55



VALIDITAS DAN RELIABILITAS GAYA HIDUP HEDONIS

Pertama

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.738	52

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	118.4157	87.069	.249	.732
VAR00002	118.7921	87.171	.303	.731
VAR00003	118.0169	91.293	-.071	.746
VAR00004	117.6124	90.962	-.040	.742
VAR00005	118.0843	91.388	-.080	.744
VAR00006	118.8202	88.160	.157	.736
VAR00007	118.3146	90.081	.020	.742
VAR00008	118.2247	92.164	-.128	.750
VAR00009	118.3090	86.158	.269	.731
VAR00010	118.8315	85.384	.372	.727
VAR00011	118.8202	85.143	.398	.726
VAR00012	118.4213	84.720	.379	.726
VAR00013	118.9045	86.573	.299	.730
VAR00014	119.1292	88.848	.106	.738
VAR00015	118.8090	88.336	.190	.735

VAR00016	119.0562	86.641	.375	.728
VAR00017	118.7584	84.422	.379	.725
VAR00018	119.1067	85.169	.384	.726
VAR00019	117.7416	92.148	-.139	.747
VAR00020	118.4326	90.529	-.024	.745
VAR00021	118.9101	85.212	.360	.727
VAR00022	118.6573	92.294	-.146	.748
VAR00023	118.2022	95.462	-.398	.757
VAR00024	119.1236	86.934	.230	.733
VAR00025	119.2640	87.450	.240	.733
VAR00026	118.0787	95.723	-.378	.759
VAR00027	118.7865	85.197	.402	.726
VAR00028	119.2079	87.013	.338	.730
VAR00029	118.0337	91.456	-.086	.744
VAR00030	118.6854	84.725	.414	.725
VAR00031	118.8989	87.391	.239	.733
VAR00032	119.3034	88.868	.144	.736
VAR00033	118.9326	88.685	.122	.738
VAR00034	119.1348	89.722	.043	.741
VAR00035	118.6461	87.846	.144	.737
VAR00036	118.1236	93.973	-.256	.754
VAR00037	119.1124	87.501	.287	.731
VAR00038	118.6629	83.389	.563	.719
VAR00039	119.0000	85.164	.401	.726
VAR00040	119.4831	85.471	.369	.727
VAR00041	118.1910	86.596	.240	.732
VAR00042	119.1854	85.350	.487	.724
VAR00043	118.4719	86.883	.260	.732

VAR00044	119.2584	86.001	.380	.727
VAR00045	118.6573	85.097	.369	.726
VAR00046	118.5562	89.005	.123	.737
VAR00047	118.7584	85.100	.356	.727
VAR00048	119.1011	87.289	.224	.733
VAR00049	118.6180	85.345	.465	.725
VAR00050	119.2135	85.163	.405	.726
VAR00051	119.1124	88.665	.180	.735
VAR00052	119.0337	84.756	.480	.723

Kedua

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.846	21

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00002	42.3315	49.014	.279	.845
VAR00010	42.3708	47.455	.373	.842
VAR00011	42.3596	47.169	.411	.840
VAR00012	41.9607	47.710	.305	.845
VAR00016	42.5955	48.378	.383	.841
VAR00017	42.2978	48.188	.244	.848
VAR00018	42.6461	47.620	.351	.843

VAR00021	42.4494	46.475	.445	.839
VAR00027	42.3258	46.198	.526	.835
VAR00028	42.7472	48.755	.333	.843
VAR00030	42.2247	46.254	.489	.837
VAR00038	42.2022	45.767	.590	.833
VAR00039	42.5393	46.069	.537	.835
VAR00040	43.0225	46.621	.465	.838
VAR00042	42.7247	47.071	.541	.836
VAR00044	42.7978	47.891	.386	.841
VAR00045	42.1966	47.842	.308	.845
VAR00047	42.2978	45.860	.490	.836
VAR00049	42.1573	47.365	.478	.838
VAR00050	42.7528	47.012	.436	.839
VAR00052	42.5730	46.811	.505	.836

Ketiga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.848	19

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00010	37.8427	41.704	.382	.843
VAR00011	37.8315	41.610	.401	.842

VAR00012	37.4326	42.303	.277	.849
VAR00016	38.0674	42.933	.345	.844
VAR00018	38.1180	42.127	.330	.846
VAR00021	37.9213	40.683	.465	.839
VAR00027	37.7978	40.343	.559	.835
VAR00028	38.2191	43.008	.335	.845
VAR00030	37.6966	40.303	.531	.836
VAR00038	37.6742	40.300	.580	.834
VAR00039	38.0112	40.350	.554	.835
VAR00040	38.4944	40.907	.477	.839
VAR00042	38.1966	41.718	.502	.839
VAR00044	38.2697	42.096	.400	.842
VAR00045	37.6685	42.178	.305	.847
VAR00047	37.7697	40.054	.516	.837
VAR00049	37.6292	41.715	.478	.839
VAR00050	38.2247	41.316	.444	.840
VAR00052	38.0449	41.376	.481	.839

Keempat Yang Dipakai

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.849	18

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00010	35.2247	38.367	.384	.845
VAR00011	35.2135	38.282	.403	.844
VAR00016	35.4494	39.650	.334	.846
VAR00018	35.5000	38.952	.312	.848
VAR00021	35.3034	37.422	.463	.841
VAR00027	35.1798	36.939	.577	.835
VAR00028	35.6011	39.597	.342	.846
VAR00030	35.0787	37.101	.524	.838
VAR00038	35.0562	37.025	.582	.835
VAR00039	35.3933	37.031	.561	.836
VAR00040	35.8764	37.578	.483	.840
VAR00042	35.5787	38.426	.499	.840
VAR00044	35.6517	38.748	.402	.843
VAR00045	35.0506	38.964	.292	.850
VAR00047	35.1517	36.807	.516	.838
VAR00049	35.0112	38.384	.480	.840
VAR00050	35.6067	38.093	.434	.842
VAR00052	35.4270	37.873	.508	.839

VALIDITAS DAN RELIABILITAS
PERILAKU KONSUMTIF *FASHION* PAKAIAN

Pertama

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.834	28

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	57.9661	62.828	.322	.830
VAR00002	57.8588	63.474	.214	.834
VAR00003	58.0791	61.676	.428	.826
VAR00004	58.3898	58.864	.638	.818
VAR00005	58.3277	59.415	.572	.820
VAR00006	58.3107	61.863	.366	.828
VAR00007	58.3164	65.195	.086	.838
VAR00008	58.6610	62.850	.468	.827
VAR00009	58.1582	62.770	.286	.831
VAR00010	58.3842	62.329	.271	.833
VAR00011	58.3333	59.917	.504	.823
VAR00012	58.2881	60.672	.538	.822
VAR00013	58.3729	61.565	.398	.827
VAR00014	58.4859	64.183	.202	.834

VAR00015	57.8362	64.911	.129	.836
VAR00016	58.8588	60.565	.476	.824
VAR00017	58.6497	64.331	.171	.835
VAR00018	58.6723	60.847	.539	.823
VAR00019	57.9153	62.067	.328	.830
VAR00020	58.5650	62.588	.364	.828
VAR00021	58.4294	58.815	.612	.818
VAR00022	58.0565	60.838	.456	.825
VAR00023	58.2486	63.176	.307	.830
VAR00024	58.3672	61.666	.421	.826
VAR00025	58.5198	63.956	.257	.832
VAR00026	58.6045	64.297	.226	.832
VAR00027	58.3898	64.489	.141	.836
VAR00028	58.2260	63.415	.237	.833

Kedua

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.854	17

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	33.9887	38.057	.334	.852
VAR00003	34.1017	37.024	.459	.847

VAR00004	34.4124	35.119	.634	.838
VAR00005	34.3503	35.093	.621	.838
VAR00006	34.3333	37.155	.393	.850
VAR00008	34.6836	38.547	.408	.849
VAR00011	34.3559	35.571	.539	.842
VAR00012	34.3107	36.204	.577	.841
VAR00013	34.3955	37.104	.404	.849
VAR00016	34.8814	36.196	.499	.845
VAR00018	34.6949	36.975	.492	.845
VAR00019	33.9379	37.195	.365	.852
VAR00020	34.5876	38.551	.286	.854
VAR00021	34.4520	34.760	.646	.837
VAR00022	34.0791	36.505	.467	.846
VAR00023	34.2712	38.381	.314	.853
VAR00024	34.3898	36.876	.469	.846

Ketiga Yang Dipakai

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.854	16

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	32.0621	35.684	.315	.853

VAR00003	32.1751	34.577	.455	.847
VAR00004	32.4859	32.706	.635	.837
VAR00005	32.4237	32.643	.627	.837
VAR00006	32.4068	34.720	.388	.850
VAR00008	32.7571	36.026	.408	.849
VAR00011	32.4294	32.985	.558	.841
VAR00012	32.3842	33.692	.586	.840
VAR00013	32.4689	34.614	.406	.849
VAR00016	32.9548	33.771	.496	.845
VAR00018	32.7684	34.645	.472	.846
VAR00019	32.0113	34.670	.370	.852
VAR00021	32.5254	32.376	.645	.836
VAR00022	32.1525	34.107	.460	.847
VAR00023	32.3446	35.739	.331	.852
VAR00024	32.4633	34.443	.464	.846

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Hedonis	Konsumtif
N		178	178
Normal Parameters ^a	Mean	1.2104E2	60.3539
	Std. Deviation	9.53102	8.33978
Most Extreme Differences	Absolute	.077	.082
	Positive	.052	.075
	Negative	-.077	-.082
Kolmogorov-Smirnov Z		1.025	1.097
Asymp. Sig. (2-tailed)		.244	.180
a. Test distribution is Normal.			

UJI LINIERITAS

Model Description

Model Name		MOD_1
Dependent Variable	1	Hedonis
Equation	1	Linear
Independent Variable		Konsumtif
Constant		Included
Variable Whose Values Label Observations in Plots		Unspecified

Case Processing Summary

	N
Total Cases	178
Excluded Cases ^a	0
Forecasted Cases	0
Newly Created Cases	0

a. Cases with a missing value in any variable are excluded from the analysis.

Variable Processing Summary

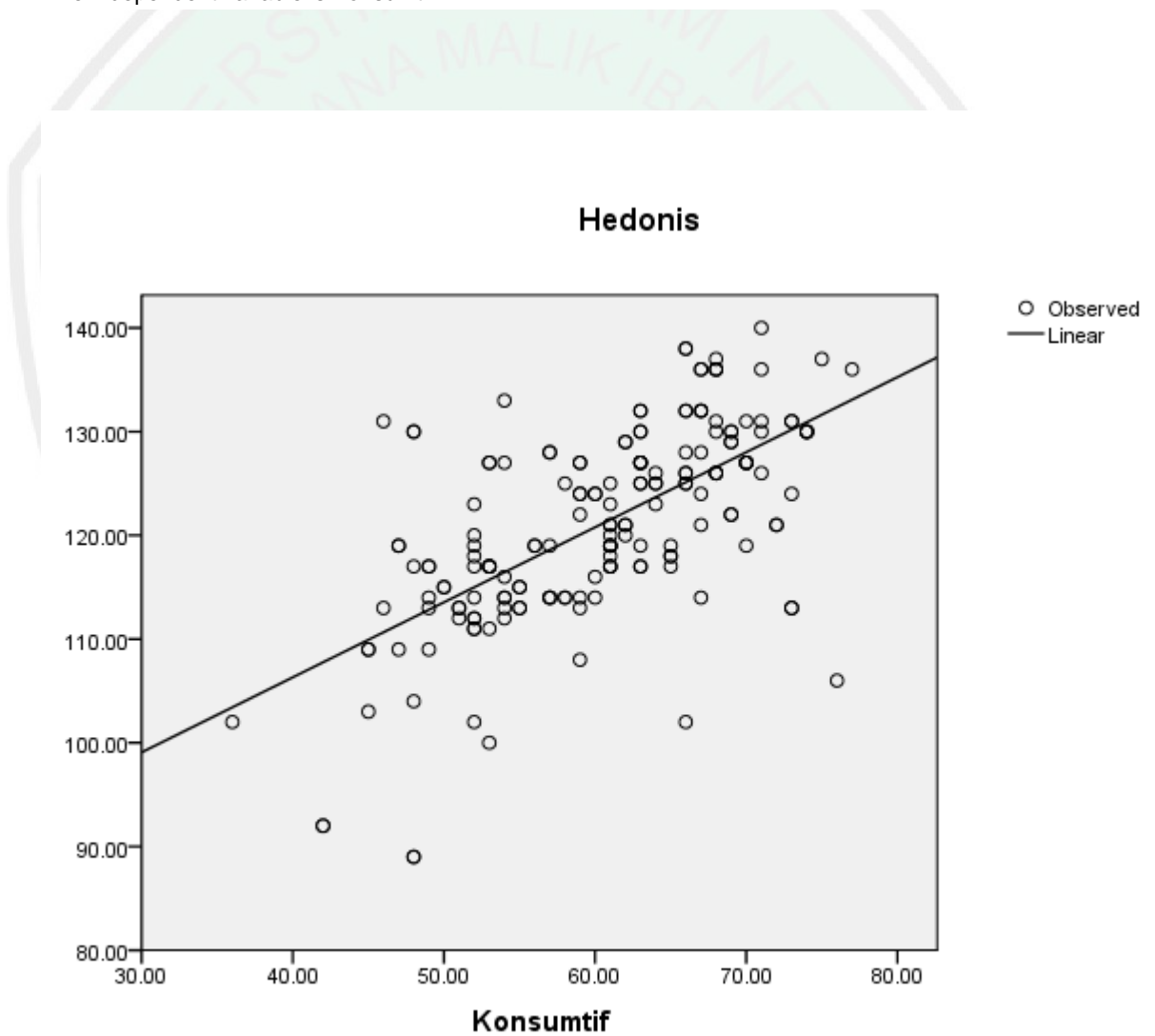
	Variables		
	Dependent	Independent	
	Hedonis	Konsumtif	
Number of Positive Values	178	178	
Number of Zeros	0	0	
Number of Negative Values	0	0	
Number of Missing Values			
	User-Missing	0	0
	System-Missing	0	0

Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable:Hedonis

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.401	117.704	1	176	.000	77.375	.723

The independent variable is Konsumtif.



HASIL UJI KORELASI

Correlations

		Hedonis	Konsumtif
Hedonis	Pearson Correlation	1	.633**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	178	178
Konsumtif	Pearson Correlation	.633**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	178	178

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**REGRESSION DIMENSI GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF *FASHION* PAKAIAN**

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Opinion, Interest, Activities ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Konsumtif

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.670 ^a	.448	.439	6.247

a. Predictors: (Constant), Opinion, Interest, Activities

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5520.923	3	1840.308	47.161	.000 ^a
	Residual	6789.780	174	39.022		
	Total	12310.702	177			

a. Predictors: (Constant), Opinion, Interest, Activities

b. Dependent Variable: Konsumtif

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.470	7.339		-.064	.949
	Activities	.102	.128	.052	.797	.427
	Interest	.617	.162	.245	3.816	.000
	Opinion	.916	.130	.491	7.056	.000

a. Dependent Variable: Konsumtif

Hasil perhitungan regression :

$$Y = a + b.X1 + c.X2 + d.X3$$

$$= (-0,470) + 0,102 .X1 + 0,617 .X2 + 0,916 .X3$$

$$0,439 = 43,9 \%$$

1. *Activities* (Kegiatan)

$$\text{Activities (Aktivitas)} = \frac{0,052}{0,052+0,245+0,491} \times 0,439$$

$$= \frac{0,052}{0,788} \times 0,439$$

$$= 0,028967$$

$$= 2,9 \%$$

$$2. \text{Interest (Minat)} = \frac{0,245}{0,245+0,052+ 0,491} \times 0,439$$

$$= \frac{0,245}{0,788} \times 0,439$$

$$= 0,13649$$

$$= 13,65 \%$$

$$3. \text{Opinion (Opini)} = \frac{0,491}{0,491+0,052+0,245} \times 0,439$$

$$= \frac{0,491}{0,788} \times 0,439$$

$$= 0,27354$$

$$= 27,36 \%$$

Keterangan :

Hasil menunjukkan bahwa dimensi dari gaya hidup hedonis yang paling berpengaruh terhadap perilaku konsumtif *fashion* pakaian adalah dimensi *opinion* (opini) dengan standar koefisien 0,491 dan prosentase 27,36 %, data dapat dilihat di bagian atas.

KATEGORISASI KESELURUHAN

No	Gaya Hidup hedonis	Kategori	Perilaku Konsumtif <i>fashion</i> Pakaian	Kategori
1	20	rendah	25	rendah
2	36	sedang	31	rendah
3	33	rendah	37	sedang
4	24	rendah	21	rendah
5	45	sedang	44	sedang
6	45	sedang	42	sedang
7	44	sedang	38	sedang
8	36	sedang	32	sedang
9	39	sedang	31	rendah
10	34	sedang	29	rendah
11	37	sedang	33	sedang
12	34	sedang	40	sedang
13	30	rendah	32	sedang
14	43	sedang	23	rendah
15	34	sedang	43	sedang
16	31	rendah	29	rendah
17	30	rendah	26	rendah
18	38	sedang	35	sedang
19	40	sedang	39	sedang
20	39	sedang	35	sedang
21	26	rendah	33	sedang
22	34	sedang	34	sedang
23	34	sedang	32	sedang
24	32	rendah	30	rendah
25	40	sedang	17	rendah
26	28	rendah	28	rendah
27	40	sedang	42	sedang
28	37	sedang	47	sedang
29	40	sedang	37	sedang
30	27	rendah	26	rendah
31	40	sedang	41	sedang
32	33	rendah	30	rendah
33	44	sedang	38	sedang
34	32	rendah	31	rendah
35	40	sedang	39	sedang
36	35	sedang	35	sedang

37	29	rendah	36	sedang
38	31	rendah	32	sedang
39	32	rendah	35	sedang
40	36	sedang	33	sedang
41	34	sedang	35	sedang
42	35	sedang	37	sedang
43	36	sedang	42	sedang
44	32	rendah	30	rendah
45	34	sedang	27	rendah
46	34	sedang	33	sedang
47	33	rendah	31	rendah
48	32	rendah	40	sedang
49	40	sedang	38	sedang
50	23	rendah	19	rendah
51	40	sedang	37	sedang
52	34	sedang	35	sedang
53	41	sedang	39	sedang
54	36	sedang	35	sedang
55	44	sedang	42	sedang
56	38	sedang	34	sedang
57	32	rendah	29	rendah
58	21	rendah	30	rendah
59	38	sedang	42	sedang
60	32	rendah	27	rendah
61	32	rendah	26	rendah
62	28	rendah	32	sedang
63	34	sedang	35	sedang
64	35	sedang	29	rendah
65	43	sedang	32	sedang
66	32	rendah	30	rendah
67	42	sedang	38	sedang
68	46	sedang	47	sedang
69	37	sedang	36	sedang
70	34	sedang	36	sedang
71	29	rendah	29	rendah
72	31	rendah	36	sedang
73	36	sedang	34	sedang
74	31	rendah	33	sedang
75	28	rendah	30	rendah
76	45	sedang	31	rendah
77	38	sedang	38	sedang

78	35	sedang	37	sedang
79	50	sedang	39	sedang
80	30	rendah	27	rendah
81	40	sedang	38	sedang
82	36	sedang	45	sedang
83	34	sedang	30	rendah
84	34	sedang	31	rendah
85	45	sedang	40	sedang
86	44	sedang	35	sedang
87	33	rendah	35	sedang
88	29	rendah	41	sedang
89	36	sedang	34	sedang
90	33	rendah	28	rendah
91	42	sedang	47	sedang
92	35	sedang	34	sedang
93	39	sedang	44	sedang
94	35	sedang	36	sedang
95	30	rendah	31	rendah
96	22	rendah	43	sedang
97	24	rendah	28	rendah
98	34	sedang	27	rendah
99	45	sedang	45	sedang
100	48	sedang	37	sedang
101	42	sedang	49	tinggi
102	44	sedang	41	sedang
103	24	rendah	29	rendah
104	25	rendah	27	rendah
105	39	sedang	38	sedang
106	35	sedang	34	sedang
107	25	rendah	27	rendah
108	36	sedang	36	sedang
109	40	sedang	39	sedang
110	29	rendah	45	sedang
111	32	rendah	26	rendah
112	36	sedang	31	rendah
113	38	sedang	35	sedang
114	20	rendah	25	rendah
115	30	rendah	26	rendah
116	31	rendah	32	sedang
117	50	sedang	39	sedang
118	40	sedang	39	sedang

119	38	sedang	38	sedang
120	24	rendah	21	rendah
121	34	sedang	34	sedang
122	33	rendah	37	sedang
123	32	rendah	29	rendah
124	36	sedang	42	sedang
125	26	rendah	25	rendah
126	26	rendah	24	rendah
127	28	rendah	27	rendah
128	25	rendah	32	sedang
129	24	rendah	28	rendah
130	38	sedang	41	sedang
131	34	sedang	38	sedang
132	38	sedang	41	sedang
133	24	rendah	24	rendah
134	35	sedang	36	sedang
135	35	sedang	36	sedang
136	38	sedang	41	sedang
137	45	sedang	31	rendah
138	38	sedang	38	sedang
139	29	rendah	36	sedang
140	31	rendah	32	sedang
141	41	sedang	39	sedang
142	36	sedang	35	sedang
143	48	sedang	37	sedang
144	42	sedang	49	tinggi
145	44	sedang	41	sedang
146	40	sedang	42	sedang
147	37	sedang	47	sedang
148	40	sedang	37	sedang
149	27	rendah	26	rendah
150	40	sedang	41	sedang
151	33	rendah	30	rendah
152	44	sedang	38	sedang
153	32	rendah	31	rendah
154	42	sedang	49	tinggi
155	30	rendah	29	rendah
156	34	sedang	35	sedang
157	35	sedang	37	sedang
158	36	sedang	42	sedang
159	32	rendah	30	rendah

160	34	sedang	27	rendah
161	34	sedang	33	sedang
162	33	rendah	31	rendah
163	40	sedang	38	sedang
164	36	sedang	45	sedang
165	34	sedang	30	rendah
166	34	sedang	31	rendah
167	45	sedang	40	sedang
168	44	sedang	35	sedang
169	33	rendah	35	sedang
170	42	sedang	49	tinggi
171	44	sedang	41	sedang
172	24	rendah	29	rendah
173	25	rendah	27	rendah
174	39	sedang	38	sedang
175	35	sedang	34	sedang
176	25	rendah	27	rendah
177	39	sedang	31	rendah
178	34	sedang	29	rendah



SURAT PENELITIAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS PSIKOLOGI

Jalan. Gajayana 50 Telepon / Faksimile +62341 - 558916 Malang 65144
Website : www.uin-malang.ac.id / <http://.psikologi.uin-malang.ac.id>

Nomor : Un.3.4/TL.03/1252/2016
Hal : IZIN PENELITIAN SKRIPSI

28 November 2016

Kepada Yth : **Kepala Bagian Akademik UIN MALIKI Malang**
Di
Malang

Dengan hormat

Dalam rangka pengembangan keilmuan bagi mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, maka dengan ini kami mohon kepada Bpk/Ibu untuk memberikan kesempatan melakukan penelitian skripsi kepada :

Nama/NIM : Dewy Alifyah Rachma / 13410129
Tempat Penelitian : Fakultas Ekonomi UIN MALIKI Malang
Judul : Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif *fashion* Pakaian Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2015 UIN MALIKI Malang
Dosen Pembimbing : Dr. Siti Mahmudah, M.Si

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.



Dr. Fathu Libabin Nuqul, M. Si
NIP. 19760512 200312 1 002

Tembusan :
1. Dekan
2. Wakil Dekan
3. Arsip

HASIL WAWANCARA
MAHASISWA JURUSAN FAKULTAS EKONOMI ANGGKATAN 2015
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

Subjek 1

Nama : Mawar
 JK : Perempuan

Hasil Interview

Peneliti : Assalamu'alaikum Wr. Wb
 Responden : Wa'alaikumsalam Wr. Wb
 Peneliti : Maaf mengganggu perkenalkan nama saya Dewy Alifiyah Rachma, saya adalah mahasiswa semester 8 Jurusan Psikologi UIN Maliki Malang. Disini saya ingin meminta bantuan adek untuk melakukan sedikit tanya jawab dengan saya sebagai pengambilan data untuk tugas akhir kakak dek, apakah adek bersedia ?
 Responden : Iya kak saya bersedia
 Peneliti : Baik, biasanya kalau adek lagi punya waktu luang , dengan adek mengisinya ? dengan jalan-jalan, nongkrong dengan teman-teman, atau belajar gitu di kos misalnya ?
 Responden : Kalau waktu luang pas kuliah ya aku pergunakan buat pergi ke rumah nenek yang bertempat di Malang, kalau kayak liburan semester ya pulang ke bekasi.
 Peneliti : Oh gitu ya dek, jadi adek lebih memanfaatkan waktu luang adek untuk pergi rumah keluarga ya, kalau pergi sama teman-teman gitu gimana ? sering gak sih ? terus menurut adek banyak gak sih teman-teman adek yang tergolong anak-anak sosialita ?
 Responden : Kalau pergi-pergi gitu jarang sih, paling kalau sama teman itu pas lagi diskusi/belajar bareng, kalau ngeliat temna-teman sosialita sih ya lumayan banyak kak.
 Peneliti : Oh gitu ya dek okey kalau gitu terima kasih atas waktunya
 Responden : Iya sama-sama kakak

Subjek 2

Nama : Parjo

JK : Laki-laki

Hasil Interview

Peneliti : Asslamu'alaikum Wr. Wb adek selamat siang

Responden : Wa'alaikumsalam Wr. Wb kak

Peneliti : Maaf mengganggu perkenalkan nama saya Dewy Alifiyah Rachma, saya adalah mahasiswa semester 8 Jurusan Psikologi UIN Maliki Malang. Disini saya ingin meminta bantuan adek untuk melakukan sedikit tanya jawab dengan saya sebagai pengambilan data untuk tugas akhir kakak dek, apakah adek bersedia ?

Responden : Iya kak gak papa, silahkan !

Peneliti : Gini dek kalua kakak lihat-lihat foto instagramnya adek suka jalan-jalan ya ?

Responden : Biasa ajah kak kalua jalan-jalan mah, tapi kalua ada waktu ya maen lah ☺

Peneliti : Oh gitu ya dek, tapi kalua dilihat juga style adek juga keren dek. Nah seberapa sering sih adek ini berbelanja pakaian ?

Responden : Kalau masalah baju juga gak di jadwal kak, sebulan sekali kadang dua bulan sekali kadang juga gak sama sekali. Intinya mah nabung jadi kalua ada butuh apa beli gitu. Kadang lama juga gak beli baju sama sekali beli baju borong gitu apa lagi kalua ada diskon. Hahaha ☺ pokoknya gak terlalu sering sih beli baju. Yang ada di pakai secukupnya aja.

Peneliti : oh iya dek jadi kamu lebih ke distro dan ketika ada promo diskon dari beberapa produk tertentu ya dek , kayak kick fest gitu kesukaan anak-anak muda ☺ okay dek

Responden : Ya gitu deh kak ☺

Peneliti : Next ya dek, kalua boleh tau ketika adek punya waktu luang biasanya adek pergunakan buat apa sih, misalnya nongkrong, nonton, atau jalan-jalan ke *mall* gitu sama teman misalnya ?

Responden : Kalau waktu luang itu juga tergantung kondisi saat itu juga kak, kalua capek ya dimanfaat in dengan beristirahat, kalua ada tugas ngerjain tugas, kalua lagi bosan ya banget paling juga nongkrong sama teman-teman gitu ajah. Jarang ke *mall* sih kak kalua aku. Lagian mau ngapain juga ke *mall* mungkin sesekali lah nonton bioskop sama teman-teman atau sama pacar ☺

- Peneliti : Oke dek, terus kira-kira ada *badget* tersendiri gak yang adek sediakan untuk memenuhi semua kebutuhan adek tadi ?
- Responden : Kalau *badget* belanja sih gak ada cuman sekedar menyisahkan uang bulanan yang nantinya bias buat beli baju atau beli keperluan yang lainnya.
- Peneliti : Kalau tempat belanja adek lebih ke tempat yang seperti apa ? untuk memenuhi semua itu terutama pada embelian pakaian yang adek kenakan sehari-hari ?
- Responden : Kalau tempat sihtergantung kaka, kalua ada promo ke distro atau outlet ataupun seperti kick fest gitu kak, tapi pasar besar atau sardo juga bias menjadi pilihan ketika kantong tidak mencukupi tapi pengen membeli pakaian kak, kan dari harganya yang lebih miring menjadikan aku bias borong lebih banyak kak 😊
- Peneliti : Pilihan terakhir itu ya dek 😊 terus pernah gak sih ketika adek ini pulang belanja terus kemudian adek nyesel gitu beli barang tersebut ?
- Responden : Kalau aku beli langsung gak nyesel , kecuali kalua beli *online* terus gak sesuai harapan. Apalagi kalua belanja terkadang tergiur sama barang baru jadi barang yang utama harusnya masuk keranjang belanja gak jadi masuk ya nyesel kak 😊
- Peneliti : Adek tau gak sama hedon ? Terus kira-kira kamu setuju gak dengan perilaku gaya hidup hedonis di kalangan mahasiswa ?
- Responden : Iya tau kak, kalua aku sih setu ju aja kak ! Karena asalkan dia hedon memang benar-benar pakai uang jajan dia sendiri dan kalua habis blm pada waktunya dia harus bertanggung jawab jangan minta uang jajan lagi , konsekuensinya nilai juga harus dijaga IP tetap lah minimal, tapi alangkah lebih baiknya jika ditabung.
- Peneliti : Menurut adek apa dengan bergaya hedonis dapat menunjang karir ? misalnya mendapatkan status sosial gitu dek seperti mudah bergaul ?
- Responden : Kalau bergaul sih kembali ke pribadi masing-masing, bias gaknya bersosial, kalua *style* kan hanya gambaran luar aja kak 😊
- Peneliti : OK dek terimakasih ya atas waktunya sudah banyak membantu kakak menyelesaikan tugas akhir kakak, makasih dek 😊
- Responden : Iya kak sama-sama.

Subjek 3

Nama : Melati
JK : Perempuan

Hasil Interview

Peneliti : Assalamu'alaikum Wr.Wb
 Responden : Walaikumsalam Wr.Wb
 Peneliti : Maaf mengganggu perkenalkan nama saya Dewy Alifiyah Rachma, saya adalah mahasiswa semester 8 Jurusan Psikologi UIN Maliki Malang. Kalua boleh tau adek ini mahasiswa akuntansi 2015 ya ?
 Responden : Oh iya kak, ada apa ya ?
 Peneliti : Gini dek saya ingin meminta sedikit bantuan dari adek, jika berkenan bolehkah saya ini sedikit memberikan pertanyaan pada adek ?
 Responden : Iya kak boleh dengan senang hati.
 Peneliti : Nah dilihat-lihat Instagram, cara penampilan adek *fashion* banget cara berpakaianya, cantik lagi 😊. Kalua boleh tau seberapa sering sih adek ini berbelanja pakaian ?
 Responden : Makasih kakak buat pujiannya, kalua aku sih kak semisal melihat baju saat berjalan di *mall* atau melihat di sosial media terlihat menarik menurut aku, aku langsung kepo cari tau dari harga, warna dll. Setelah itu aku bakalan beli atau order kalaupun itu *online* .
 Peneliti : Jadi ketika adek ini tertarik bakalan langsung order ya, okey. Jadi adek suka jalan-jalan ya ? *mall* dll yang ikin senang?
 Responden : kalua jalan-jalan sih jarang kak, tapi kalua ada waktu luang ya lebih sering nongkrong dan kuliner ajah. Tapi kalua niatnya mau pergi belanja baju yaudah langsung *shopping* baju kak 😊 jadi lumayan sering selama kantong mendukung 😊
 Peneliti : Jadi sebagian waktu luang adek pergunakan untuk jalan-jalan ya ? kalua seandainya gini dek, adek dikasih pilihan anantara kerja kelompok dan senang-senang adek milih yang mana ? sedangkan teman-teman adek mengajak adek terus (merayu) adek bar mau ikut bersama merek gimana dek ?
 Responden : ikut senang-senang kak, tapi kalua kelompoknya benar-benar *urgent* misalnya H-1 gitu ya kerja kelompok dulu kaka kunya 😊
 Peneliti : Hehe oke dek, oh ya dek adek pernah gak sih merasa menyesal gitu, pas abis belanja pakaian alias pas pulangnyanya gitu ?

- Responden : pernah kak, kalua semisalnya gak cukup bajunya atau biasanya pas ada kebutuhan lain yang lebih penting.
- Peneliti : Terus apa solusi apa yang adek lakukan dari kejadian tersebut ? apakah adek beli baju lagi ketika baju adek tersebut kekecilan ataukah di jual kembali dengan harga harga yang lebih murah ?
- Responden : Ya di jual kak hehehe ☺ meskipun agak rugi dikit Karena harganya lebih murah dari harga beli barunya.
- Peneliti : Oke dek, makasih ya buat waktunya bias sedikit bertanya-tanya. Makasih juga sudah membantu kakak dalam mengerjakan penelitian kakak ini. Salam kenal adek cantik ☺
- Responden : Iya kak sama-sama, salam kenal juga ☺



The logo of UIN Maulana Malik Ibrahim Malang is a shield-shaped emblem with a light green background and a white border. It features a central yellow and green floral motif. The text 'UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG' is written in a circular path around the central motif. The main title of the document is centered over the logo in a bold, black, sans-serif font.

**DAFTAR MAHASISWA
JURUSAN MANAJEMEN
FAKUKTAS EKONOMI
ANGKATAN 2015
UIN MALIKI MALANG**

NIM	Nama Mahasiswa	Tempat Lahir	Jenis Kelamin
15510001	FAUZIYAH NIQMAH	BONDOWOSO	Perempuan
15510002	NAZUAR RAFIKI	LOLOAN TIMUR	Laki-laki
15510003	JABARURAHMAN KHULUQ	PASURUAN	Laki-laki
15510004	MUHAMMAD IHSAN WIJAYA	MEDAN	Laki-laki
15510005	YENI NOVITA SARI	BLITAR	Perempuan
15510006	ELLY WAHYU HIDAYATI	LANJAK	Perempuan
15510007	ARIF EFFENDI	DESA TEGALBADENG TIMUR	Laki-laki
15510008	DEWI NUR ZULAIKAH	MALANG	Perempuan
15510009	ZAINUL ABIDIN	JAKARTA	Laki-laki
15510010	IMANIAH PUJI ILHAMI	SITUBONDO	Perempuan
15510011	DITA MEILANI ARIFIN	MALANG	Perempuan
15510012	MUHAMMAD HANIF	GILIMANUK	Laki-laki
15510013	SAADILLAH MURSID P. SEPTAMA	TANJUNG LUBUK	Laki-laki
15510014	AFWAN YUSUF BAHTIAR	KEDIRI	Laki-laki
15510015	TITIS YOELY SETYA NUGRAHANI	GRESIK	Perempuan
15510016	MOCHAMAD MUNIR	MALANG	Laki-laki
15510017	ANA ZAHROTUT TOYYIBAH	MALANG	Perempuan
15510018	ZUMEI INTANSARI	MALANG	Perempuan
15510019	ZUNIAR AFIFA	MALANG	Perempuan
15510020	SARUFUL ANAM	TLOGO SARI	Laki-laki
15510021	NIKO KARIMADANI	KARANG AGUNG	Laki-laki
15510022	ANNISATUL HOTIMAH	MALANG	Perempuan
15510023	YUNANTO ARGASSEMBODO	MADIUN	Laki-laki

15510024	TOHA BARIZI	SITUBONDO	Laki-laki
15510025	MUCHAMAD NADZIRUMMUBIN	JOMBANG	Laki-laki
15510026	LIDIA ABRIOLA	MALANG	Perempuan
15510027	NI'MATUL FAUZIYAH	BANGKALAN	Perempuan
15510028	SITI LAILATUZ ZAHRO'	TUBAN	Perempuan
15510029	MOHAMMAD SHOLEH SABTIN	DS.KEBEN KEC.TURI KAB.LAMONGAN	Laki-laki
15510030	IBNU ABBAS	BANGKALAN	Laki-laki
15510031	AGREFINANDA PUTRI KUSUMA WARDANI	BLITAR	Perempuan
15510032	ASWAN MUBAROK	MALAYSIA	Laki-laki
15510033	HILDA VIRONIKA	NEGARA	Perempuan
15510034	AYU AMALIA PUTRI	MALANG	Perempuan
15510035	FICKY AHDIYAT AMRI	LAMONGAN	Laki-laki
15510036	ELOK MAHMUD PUTRI	DENPASAR	Perempuan
15510038	AMALIA AZHARI	KAMPUNG KUSAMBA	Perempuan
15510039	ARIF FERNANDO	KOTA BENGKULU	Laki-laki
15510040	LINDA DAMAYANTI	MALANG	Perempuan
15510041	FILA DIA AYU FATMALA	MALANG	Perempuan
15510042	TIYAS HANDRIYANI SUGIANTO	MALANG	Perempuan
15510043	UMY NASIKHAH	BANYUWANGI	Perempuan
15510044	HUSNUL MAGFIRAH	SAMPIT	Perempuan
15510045	AGENG HIDAYATULLAH	MALANG	Laki-laki
15510046	CHOIROTUL UMAMI	MALANG	Perempuan
15510047	MUSYARROFAH	BANGKALAN	Perempuan

15510048	AMANUL FIQRA	ACEH UTARA	Laki-laki
15510049	SANIYAH	BANGKALAN	Perempuan
15510050	WIDYAWATI	MALANG	Perempuan
15510051	USWATUN HASANAH	BANGKALAN	Perempuan
15510052	ANGGA RIZKI YUNANDA	MALANG	Laki-laki
15510053	FAHMI TSALIS AL-AULADI	GRESIK	Laki-laki
15510054	SITI JALILATUL MAGHFIROH	LAMONGAN	Perempuan
15510055	IFA WIRDA SRI BINTANI	BONDOWOSO	Perempuan
15510056	MUHAMMAD FAZAL RIZVI	MELBOURNE, AUSTRALIA	Laki-laki
15510057	ESA LADY ZUHRIYAH	PASURUAN	Perempuan
15510058	FAHRUR ROZI ABDUL AZIZ SEFERAN	MALANG	Laki-laki
15510059	KHOFIFAH	MALANG	Perempuan
15510060	DEVINA MAULIDYA	MALANG	Perempuan
15510061	LUTFIA	BANGKALAN	Perempuan
15510062	FAIZUL IQBAL	MADIUN	Laki-laki
15510063	SAFITRI NUR AZIZA MANSUR	SITUBONDO	Perempuan
15510064	DALILATUN NASHOHAH	SITUBONDO	Perempuan
15510065	MUCHAMMAD YUSRIN NAJIB	PASURUAN	Laki-laki
15510066	IVA KUSNIA	MALANG	Perempuan
15510067	HAFIZ HALI CHISTI	SIDOARJO	Laki-laki
15510068	ACHMAD FAISHOL SALIM NURCHOLIS	KEDIRI	Laki-laki
15510069	FAIDATUL MUNIROH	TUBAN	Perempuan
15510070	ELOK AULAL INAYAH	SUMENEP	Perempuan
15510071	RAHMAWATI	AMUNTAI	Perempuan

15510072	IKHSAN ABDILLAH	BOJONEGORO	Laki-laki
15510073	MUHYIDIN	PASURUAN	Laki-laki
15510074	FATHUL AZIZ JUFRI	BUATAN BARU	Laki-laki
15510075	IIF FAHRUROJI	KUNINGAN	Laki-laki
15510076	MUHAMMAD AMINUDDIN	PASURUAN	Laki-laki
15510077	ANGGI MEGA YULIARNA	MADIUN	Perempuan
15510078	RAHMAT HIDAYAT	PROBOLINGGO	Laki-laki
15510079	ZANUAR MUBIN	PACITAN	Laki-laki
15510080	AHMAD SYAIFUDDIN ZUHRI	MALANG	Laki-laki
15510081	LABIB MUSTAFID RIDHA	PADANG	Laki-laki
15510082	MOHAMAD IQBAL	LAMONGAN	Laki-laki
15510083	FIKRI ALI HAKIM	MALANG	Laki-laki
15510084	YUSRIL IHZA MAHENDRA	GRESIK	Laki-laki
15510085	TAHTA RIZQI AMINUDIN	KEDIRI	Laki-laki
15510086	DJUHAERIA CIPTA SARI	LUMAJANG	Perempuan
15510087	DICKY HIDAYAT	MALANG	Laki-laki
15510088	MUHAMMAD SYIHABUDDIN	MALANG	Laki-laki
15510089	KARTIKA RAMADANI	MOJOKERTO	Perempuan
15510090	WAHYU OKY SAPUTRA	BENGKULU	Laki-laki
15510091	AHMAD ZAINUR ROJIKHIN	MALANG	Laki-laki
15510092	AMRY MAHDAN ABRARI	PONOROGO	Laki-laki
15510093	ROSIHAN ACHMAD FAUZY	BLITAR	Laki-laki
15510094	UCIK NUR HIDAYATI	LAMONGAN	Perempuan
15510095	HERLINA KUSUMAWATI	LAMONGAN	Perempuan

15510096	LAILA NAILUL FAUZIAH	PASURUAN	Perempuan
15510097	M.FADLI	TABALONG	Laki-laki
15510098	VEBRI NAFA SHOBHA AZMI	MALANG	Perempuan
15510099	AHMAD BUKHARI	PONTIANAK	Laki-laki
15510100	MUISNAINI MUTHOHAROH	BLITAR	Perempuan
15510101	MUKHAMMAD NUR WAKHID SARWO EDI	PASURUAN	Laki-laki
15510102	AHMAD TAMZIZUR RIDHOI MUAZIZ	MALANG	Laki-laki
15510103	AVITTANIA SAFITRI	PASURUAN	Perempuan
15510104	ZULFINA FAUZIAH	PASURUAN	Perempuan
15510105	FIRDAUS GUNUNG JATI	MALANG	Laki-laki
15510106	AHMAD SYAHRUL SYARIFUDDIN	MOJOKERTO	Laki-laki
15510107	ABDUL ROHMAN WAHID	MALANG	Laki-laki
15510108	MUHAMAD ZAILANI BURHANSYAH	PASURUAN	Laki-laki
15510109	ETIKA AMINATUS SHOLIHAH	JOMBANG	Perempuan
15510110	HIMMAH MU`MINAH	LAMONGAN	Perempuan
15510112	YONGKI KARISMA FIANDO	BLITAR	Laki-laki
15510113	M.LUKI LUQMAN	BANYUWANGI	Laki-laki
15510114	VIVI MAR`ATUL ULA	NGANJUK	Perempuan
15510115	SEPTIANI VIRKA NURHAYATI	BANYUWANGI	Perempuan
15510116	AHMAD NAUFAL MUZAKKI	MADIUN	Laki-laki
15510117	DEA AGUSTIN ADRIANINGTYAS	MALANG	Perempuan
15510118	RIO SEPTIAN HIDAYATULLOH	KEDIRI	Laki-laki
15510119	DIAS MIRA PRATAMA	MALANG	Perempuan
15510120	RIZKY NURHIDAYAT PERDANA	MAGETAN	Laki-laki

15510121	MAULANA ADITYA PRATAMA	PASURUAN	Laki-laki
15510122	JIHAN DINAR FAUZIAH	MALANG	Perempuan
15510123	AYU CHUMAIROH MAULINA ISLACHA	MALANG	Perempuan
15510124	AGRITA AGUSTINA PUTRI PERDANA	MADIUN	Perempuan
15510125	BAYU NUR HANDIKA	TULUNGAGUNG	Laki-laki
15510126	EKO PURWANTO	CILACAP	Laki-laki
15510127	SUHAILAH WAFAN	SIDOARJO	Perempuan
15510128	FIRMAN NUGRAHA PRAMONO PUTRA	JOMBANG	Laki-laki
15510129	MUHAMMAD ALI MAHFUDIN	GRESIK	Laki-laki
15510130	ADHE TRI WAHYU MAULANA KRIS SANJAYA	MALANG	Laki-laki
15510131	AZZAM HABIBURROHIM	MALANG, 26-06-1997	Laki-laki
15510132	MUH. HILMAN ASROFI	PASURUAN	Laki-laki
15510133	RAHMAYUNI ANDRYANE	SINGARAJA	Perempuan
15510134	ILHAM AKBAR HAQIQI	PASURUAN	Laki-laki
15510135	NAILUL CHASANAH	PASURUAN	Perempuan
15510136	SHOLACHUR ROBANI	MALANG	Laki-laki
15510137	ROBIATUL ADAWIYAH	BAGIK LONGGIK	Perempuan
15510138	SITI FATIMAH	MALANG	Perempuan
15510139	HIDAYATUL VIQRAH	SUMI	Laki-laki
15510140	NI'MATU RISQILAH	BLITAR	Perempuan
15510141	SHOHIB MUTTAQIN	BLITAR	Laki-laki
15510142	FAUZI SULISTIYO	KEDIRI	Laki-laki
15510143	RAGIL SURYAIKHSANZA	JAKARTA	Laki-laki
15510144	FIKA RESTIKA SAHADATIANINGRUM	KEDIRI	Perempuan

15510145	AYU ANGGI ALIFIA	MALANG	Perempuan
15510146	ADITYA MAHENDRA	KEDIRI	Laki-laki
15510147	NUR KHALIM	MALANG	Laki-laki
15510148	DINI NUR HIDAYAH	PASURUAN	Perempuan
15510149	ANIS IMANIANITA	MALANG	Perempuan
15510150	ALBY DEVANDA PUTRA	MALANG	Laki-laki
15510151	ROBITH ABDILLAH	GRESIK	Laki-laki
15510152	ZAHID KHOLIFATUL UMMAH	TANGERANG	Perempuan
15510153	DIAN OKTAVIA MASITA	MALANG	Perempuan
15510154	MOHAMAD MUZAKKI	MALANG	Laki-laki
15510155	SILVYA PUTRI MAHARANI	MALANG	Perempuan
15510156	MOHAMMAD IRVAN	MALANG	Laki-laki
15510157	AZZATILLAH	INDRAMAYU	Perempuan
15510158	WAHYU HARIS FAIZI	BULULAWANG MALANG	Laki-laki
15510159	ADI PASHA FERLAN PRIBADI	MALANG	Laki-laki
15510160	AHMAD SHOINUDDIN	NGANJUK	Laki-laki
15510161	BUDI SANTOSO	BLITAR	Laki-laki
15510162	HAFIDZA TSAMARA ZAHRA	MALANG	Perempuan
15510163	FAKHRI FAHREZA AULIA	MALANG	Laki-laki
15510164	IZA FATIMATUZ ZAHROH	SITUBONDO	Perempuan
15510165	GALIH AYU PUSPITASARI	MALANG	Perempuan
15510166	HERLINDA SUSANTO PUTRI	KEDIRI	Perempuan
15510167	RENI RUPIANTI	TULUNGAGUNG	Perempuan
15510168	ZAKIYATUS SHOLIHAH	SIDOARJO	Perempuan

15510169	ISTIQOMAH	LAMONGAN	Perempuan
15510171	GARI PANGESTU AJI	BLITAR	Laki-laki
15510172	HISYAM NUR ABIDIN	TRENGGALEK	Laki-laki
15510173	HALIMATUS SADIAH	PALU	Perempuan
15510174	BAGUS PUTRO WAHYU PRASETYO	LUMAJANG	Laki-laki
15510175	GHINA ANRIYANI SYABEH	JAKARTA	Perempuan
15510176	EKKY M.GARINDRA KARUNIATAMA	SURABAYA	Laki-laki
15510177	NURWIDHI HASTUTI DEWI KUMARI	NGANJUK	Perempuan
15510178	AWANDA WEKA HENDRA UTAMA	LUMAJANG	Laki-laki
15510180	AULIYAK RAHMAT FITRONI	GRESIK	Laki-laki
15510181	AHMAD MUWAFFIQI	PASURUAN	Laki-laki
15510182	DINDA AYU WULAN MAGFIROH	PANGKALAN BUN	Perempuan
15510183	NIA DWIHARTINA	PASURUAN	Perempuan
15510184	MUHAMMAD SYARIPUDIN	INDRAMAYU	Laki-laki
15510185	RENI SILVIA YULI SAFITRI	DASAN TENGAH	Perempuan
15510186	AHMAD NU'MAN NAUFAL	KOTA MALANG	Laki-laki
15510187	AMIR ALHUFFI	SIDOARJO	Laki-laki
15510188	MAULIDA KHOLIFATUL HIDAYAH	BOJONEGORO	Perempuan
15510189	MUHAMMAD ATHO'ILLAH	MOJOKERTO	Laki-laki
15510190	LIA HANIFAH	LAMONGAN	Perempuan
15510191	M.AFFAN AMIN	PASURUAN	Laki-laki
15510192	CHOIRATUL LUTFIA	MALANG	Perempuan
15510193	IZMI EGAWATI	MALANG	Perempuan
15510194	DELIA LAILA ALBID	MALANG	Perempuan

15510195	RISYA CITRA ROSAWATI	MALANG	Perempuan
15510196	RIZAL MUTTAQIN	SURABAYA	Laki-laki
15510197	DEVI KUMALASARI	MALANG	Perempuan
15510198	MUHAMMAD FURQON	MALANG	Laki-laki
15510199	LAILATUL MUFARICHAH	SIDOARJO	Perempuan
15510200	HANNY LUBABA	LAMONGAN	Perempuan
15510201	MUKHAMAD FAIZUL MUTTAKIN	PASURUAN	Laki-laki
15510202	FEBRINA WANDA THALITA	MALANG	Perempuan
15510203	NUR IMAN	SANGIA, SAPE	Perempuan
15510204	MIRANDA	MALANG	Perempuan
15510205	BINTI NUR HAMIDAH	BLITAR	Perempuan
15510206	CINDY CHRISTININGSIH NENO	MALANG	Perempuan
15510207	M. RISKY RENDY FERDIAN	KAB. KEDIRI	Laki-laki
15510208	SAFIA AYU ANGGRAENI	BOJONEGORO	Perempuan
15510209	KHALIMATUZ ZAHRO	MALANG	Perempuan
15510211	MOH DIAN AULIA	BANYUWANGI	Laki-laki
15510212	RIZKY FIRMANSYAH	KOTA MALANG	Laki-laki
15510213	PUTRI ESTI CAHYANI	BLORA	Perempuan
15510214	LUGAS REZEKI PRABOWO	KOTA BLITAR	Laki-laki
15510215	MUHAMMAD ZAHA GHIROH FURQONI	PASURUAN	Laki-laki
15510216	ERZA RIZKY AZHMAD	DENPASAR	Laki-laki
15510217	NURHIKMAH AULIYA IMILDA	MALANG	Perempuan
15510218	ASHIF ALIMUDIN	PASURUAN	Laki-laki
15510219	MIFTAHU RAHMAH KAMIM PUTRI	BONTANG	Perempuan

15510220	RIRIN HANDAYANI	PASURUAN	Perempuan
15510221	DINA AMALIA ROHMAH	LAMPUNG	Perempuan
15510222	NADHIROH ALIEFATUS SHOLEHA	SITUBONDO	Perempuan
15510223	QIARA SHABRINA BARAGBAH	BANDUNG	Perempuan
15510224	AMIROTUS SA'DIYYAH UMAMI	MOJOKERTO	Perempuan
15510225	MUHAMMAD ROFIQUL AMIN	BLITAR	Laki-laki
15510226	NI'AMINNURIN NASIKHAK	NGANJUK	Perempuan
15510227	SUKREE GANCHOO	PATTALONG	Laki-laki
15510229	YUANA ARGATRA MA'RUF	BLITAR	Laki-laki
15510230	KHOIRINA AZFIANI	SUMENEP	Perempuan
15510231	MU'ARIF FAQIHUDDIN	BIMA	Laki-laki
15510232	DANIK PRAMITA	PASURUAN	Perempuan
15510233	ZAYYANA NU'MA FAKHRIYAH	BOJONEGORO	Perempuan
15510234	JAY ROHMANDIKA WARDANA	NGANJUK	Laki-laki
15510235	ACHMAD ALFAN ZAINULLAH	SIDOARJO	Laki-laki
15510236	DEDY MUSTHAFA	BANGKALAN	Laki-laki
15510237	LUTFI SYAWALY TIHURUA	SEPA	Laki-laki
15510238	ILLYYA LATHIFA	MALANG	Perempuan
15510239	PIPIN SETYO UTOMO	MOJOKERTO	Laki-laki
15510240	ALI MASHUDI	MALANG	Laki-laki
15510241	TAUFIQUR RAHMAN	BANGKALAN	Laki-laki
15510242	ALFIN MEI SANDI	MALANG	Laki-laki
15510243	ACHMAD ALFIN ALFIKRI	BATU	Laki-laki
15510244	RAHMATUL HASANAH	DENPASAR	Perempuan



UNIVERSITAS MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG