

Pengaruh Trend Fashion dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kerinci

Nelly Patria*, Panisa Hikmatun Nisa

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci

*Correspondence: nellypatrial@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Kerinci sebagai konsumen dalam kaitannya dengan tren fashion dan pilihan gaya hidup. Prosedur pengumpulan data kuantitatif penelitian ini berupa kuisioner. Partisipan dalam penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2020 dari program studi ekonomi syariah 2020. Metode analisis menggunakan hipotesis tradisional, uji t, koefisien determinasi, dan penggunaan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel trend fashion dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kerinci sebesar 80,3%.

Kata kunci : gaya hidup, perilaku konsumtif, trend fashion

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the consumptive behavior of IAIN Kerinci Islamic Economics and Business students as consumers in relation to fashion trends and lifestyle choices. The quantitative data collection procedure for this research is in the form of a questionnaire. Participants in this research were students from the class of 2020 from the 2020 sharia economics study program. The analysis method used traditional hypotheses, t tests, coefficients of determination, and the use of multiple linear regression analysis. The results of this research show that simultaneously and partially there is a significant influence between fashion trend and lifestyle variables on the consumptive behavior of students at the Faculty of Economics and Islamic Business, IAIN Kerinci, amounting to 80.3%.

Keywords: *lifestyle, consumptive behavior, fashion trends*

PENDAHULUAN

Banyak sektor baik ekonomi, teknologi, manufaktur, dan bidang lainnya yang berkembang cukup pesat pada masa globalisasi saat ini. Ponsel pintar merupakan salah satu teknologi yang sering digunakan. Karena adanya aplikasi media sosial yang memungkinkan pelajar untuk memantau postingan dan aktivitas baik selebriti maupun teman terdekatnya, ponsel memiliki pengaruh yang signifikansi terhadap pelajar saat ini. Berbagai perilaku selebriti, seperti berpakaian dengan label desainer dan sering mengunjungi kafe dan restoran mahal, memiliki kekuatan untuk membujuk pemirsanya agar mengadopsi selera mode dan kehidupan yang serupa. Salah satu dampak globalisasi dan pesatnya teknologi adalah munculnya tren fashion (Nisak & Sulistyowati, 2022).

Tren fesyen merupakan tampilan baru dalam pakaian yang populer dan diadopsi oleh masyarakat umum dalam kurun waktu tertentu. Hal ini didasarkan pada kemajuan yang terjadi saat ini. Gaya hidup seseorang adalah cara hidup mereka, yang terkait erat dengan indikator konsumsi utama mereka—aktivitas, minat, dan opini—yang semuanya sering berubah dan cepat berlalu. Mahasiswa dapat ditemukan di seluruh mal, melakukan berbagai aktivitas termasuk nongkrong di kafe atau menonton film terbaru di bioskop. tidak mempertimbangkan apakah diperlukan biaya atau waktu sebelum melakukan pembelian untuk kesenangan pribadi.

Konsumsi barang atau jasa secara berlebihan dikenal dengan perilaku konsumtif. Penelitian Diana & Sarmini (2016) menemukan bahwa perilaku konsumen merupakan sebuah fenomena yang mempengaruhi hampir seluruh masyarakat, walau dengan derajat yang berbeda, dan hampir tidak ada kelompok yang kebal terhadapnya. Penelitian Asmita & Erianjoni (2019) melakukan penelitian terkait

yang menjelaskan bagaimana tren gaya hidup dan mode mempengaruhi keputusan pembelian siswa. Temuan menjelaskan bahwa pembelian Perilaku siswa dipengaruhi secara signifikansi dan positif oleh tren fashion dan gaya hidup.

Berdasarkan hasil observasi data pra-survei didapatkan 70% siswa menyukai membeli barang-barang yang mempercantik penampilan mereka dan 80% siswa menyatakan bahwa mereka benar-benar menikmati berbelanja hanya dengan mendapatkan diskon, alasan gengsi, 30% responden menyatakan tidak suka membeli barang yang mempercantik penampilan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kerinci Angkatan 2020.

METODE

Penelitian ini adalah jenis kuantitatif, dan data utama diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan menggunakan Google. Jumlah sampelnya adalah 115 mahasiswa angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kerinci. Algoritma Slovin digunakan untuk pengambilan sampel. Untuk menilai asumsi klasik instrumen penelitian digunakan uji multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan normalitas disertai studi reliabilitas dan validasi. uji determinasi R², uji hipotesis parsial simultan (uji t), analisis regresi linier berganda, dan analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data (Sugiyono. 2012). Perilaku konsumen (Y) merupakan variabel terikat dalam penelitian ini, sedangkan tren fashion (X1) dan gaya hidup (X2) merupakan variabel bebas (independen).

HASIL

Tabel 1
Uji Validitas Variabel

| Variabel | Item Pertanyaan | R Hitung | R Tabel | Keterangan |
|------------------------|-----------------|----------|---------|------------|
| Trend Fashion (X1) | P1 | 0,802 | 0,183 | Valid |
| | P2 | 0,733 | 0,183 | Valid |
| | P3 | 0,771 | 0,183 | Valid |
| | P4 | 0,562 | 0,183 | Valid |
| | P5 | 0,661 | 0,183 | Valid |
| Gaya Hidup (X2) | P1 | 0,677 | 0,183 | Valid |
| | P2 | 0,616 | 0,183 | Valid |
| | P3 | 0,429 | 0,183 | Valid |
| | P4 | 0,280 | 0,183 | Valid |
| | P5 | 0,370 | 0,183 | Valid |
| Perilaku Konsumtif (Y) | P1 | 0,455 | 0,183 | Valid |
| | P2 | 0,245 | 0,183 | Valid |
| | P3 | 0,403 | 0,183 | Valid |
| | P4 | 0,429 | 0,183 | Valid |
| | P5 | 0,741 | 0,183 | Valid |

Sumber: data olahan

Tabel 1 menjelaskan hasil uji validitas variabel gaya hidup dan tren fashion terhadap perilaku konsumen pelajar diperoleh r-hitung > r-tabel membenarkan validitas item pertanyaan. Tabel 2 menjelaskan nilai Cronbach Alpha diperoleh uji reliabilitas > 0,6; maka dapat dikatakan bahwa uji reliabilitas data dianggap reliabel. Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai residu terdistribusi secara teratur karena nilai signifikansisi yang ditentukan berdasarkan hasil uji normalitas adalah 0,081 > 0,05.

Tabel 2
Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach's Alpha | r Kritis | Keterangan |
|-----------------------|------------------|----------|------------|
| Trend Fashion (X1) | 0,700 | 0,600 | Reliabel |
| Gaya Hidup(X2) | 0,684 | 0,600 | Reliabel |
| Perilaku Konsumtif(Y) | 0,650 | 0,600 | Reliabel |

Sumber: data olahan

Tabel 3
Uji Normalitas

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 115 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | 0,1459816 |
| | Std. Deviation | 1,99550627 |
| Most Extreme Differences | Absolute | 0,118 |
| | Positive | 0,118 |
| | Negative | -0,108 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | 1,265 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | 0,081 |

Sumber: data olahan

Tabel 4
Uji Heteroskedastisitas

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | -1,823 | 3,506 | | -0,520 | 0,604 |
| Trend Fashion | 0,022 | 0,053 | 0,039 | 0,411 | 0,682 |
| Gaya Hidup | 0,026 | 0,078 | 0,032 | 0,334 | 0,739 |

Sumber: data olahan

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model penelitian hal ini ditunjukkan nilai signifikansi Fashion Trends dan Lifestyle sebesar 0,682 juga 0,739 lebih besar dari 0,05. Tabel 5 hasil uji multikolinearitas diketahui tidak ada multikolinearitas disebabkan nilai tolerance sebesar 0,998 > 0,10 serta nilai VIF sebesar 1,002 < 10,00. Sedangkan Tabel 6 memberikan hasil sebagai berikut: $Y = 24,170 + 0,158X_1 + 0,334X_2$. Nilai regresi sebesar 0,158X₁ > 0,05 menjelaskan bahwa Y dipengaruhi oleh variabel trend fashion (X₁). Analisis regresi menjelaskan bahwa Y dipengaruhi Variabel gaya hidup (X₂), dengan nilai 0,334X₂ > 0,05.

Tabel 5
Uji Multikolinearitas

| Model | Collinearity Statistics | |
|-----------------|-------------------------|-------|
| | Tolerance | VIF |
| 1 Trend Fashion | 0,998 | 1,002 |
| Gaya Hidup | 0,998 | 1,002 |

Sumber: data olahan

Tabel 6
Uji Regresi Linear Berganda

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 24,170 | 3,411 | | 7,085 | 0,000 |
| Gaya Hidup | 0,334 | 0,076 | 0,368 | 4,378 | 0,000 |
| Trend Fashion | 0,158 | 0,051 | 0,260 | 3,100 | 0,002 |

Sumber: data olahan

Tabel 7
Uji F

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|-----|-------------|--------|--------------------|
| 1 Regression | 139,309 | 2 | 69,655 | 15,095 | 0,000 ^b |
| Residual | 516,813 | 112 | 4,614 | | |
| Total | 656,122 | 114 | | | |

Sumber: data olahan

Berdasarkan Tabel 7 diperoleh dengan nilai F-hitung > F-tabel yaitu $15,095 > 3,08$ dan nilai Signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,1 ($0,000 < 0,1$); dengan demikian, dapat dikatakan bahwa gaya hidup dan tren fesyen mempunyai dampak yang besar terhadap perilaku pelanggan dalam waktu yang bersamaan. Sedangkan Tabel 8 ditemukan uji R² menjelaskan nilai R Square sebesar 0,803 yang menjelaskan bahwa tren fashion dan gaya hidup mempunyai pengaruh secara simultan sebesar 0,803 terhadap perilaku konsumen. Hasil penelitian mendukung penelitian Pulungan & Febriaty (2018); Nurfitriya (2020); Rohim & Priyatno (2021); dan Sabilillah (2023) yang mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh positif pergaulan, trend fashion, financial literacy terhadap gaya hidup konsumtif

Tabel 8
Uji Determinasi R²

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|--------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | 0,896 ^a | 0,803 | 0,800 | 5.244 |

Sumber: data olahan

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kerinci, tren fesyen dan faktor gaya hidup secara bersamaan dan parsial serta sampai batas tertentu berpengaruh terhadap perilaku konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmita, D., & Erianjoni. 2019. Perilaku Konsumtif Mahasiswi Dalam Mengikuti Trend Fashion Masa Kini (Studi Kasus Mahasiswi Sosiologi FIS UNP). *Jurnal Perspektif*, 2(2), 91-96.
- Diana, R. N., & Sarmini. 2016. Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum Unesa Akibat Adanya Online Shop Jilbab. *Jurnal Kajian Moral dan Kewarganegaraan*, 2(4), 677-692.
- Nisak, M., & Sulistyowati, T. 2022. Gaya hidup konsumtif mahasiswi dalam trend fashion (studi kasus mahasiswi jurusan manajemen Universitas Islam Lamongan). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 4(2), 86–96.
- Nurfitriya, A. 2020. Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian Konsumtif Untuk Produk Fashion Pada Mahasiswa *Jurusan Pendidikan IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. 2018. Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 1–8.
- Rohim, A. N., & Priyatno, P. D. 2021. Pola Konsumsi dalam Implementasi Gaya Hidup Halal. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 4(2), 26–35.
- Sabilillah, Aktsal Shira, 2023, Pengaruh Pergaulan, Trend Fashion dan Financial Literacy Terhadap Gaya Hidup Konsumtif (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma), *Skripsi*, Universitas Islam Malang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Malang
- Sugiyono. 2012. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.