

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada umumnya setiap manusia adalah pelaku konsumen yang tidak terlepas dari berbagai perilaku-perilaku yang berkaitan dengan perilaku konsumen. Apalagi ketika manusia tersebut memasuki masa remaja, yang mana pada masa tersebut terdapat banyak hal perubahan mulai dari fisik, tingkah laku, gaya hidup, dan kebutuhan kepada sesuatu mulai berubah. Rata-rata umur remaja di Indonesia antara 11-24 tahun, jadi dapat dikatakan bahwa mahasiswa termasuk dalam kategori remaja apabila disesuaikan dengan umur remaja masyarakat Indonesia.

Mahasiswa adalah peserta didik yang terdaftar di sebuah lembaga pendidikan yang bernama Perguruan Tinggi, memenuhi segala persyaratan dari pihak Perguruan Tinggi, memiliki kartu tanda mahasiswa (KTM), dan memiliki kartu induk mahasiswa (NIM). Menurut Wahidah, Herkulana, & Achmadi (2013:3) menyatakan bahwa mahasiswa merupakan peserta didik yang telah terdaftar di sebuah lembaga pendidikan yang bernama Universitas dan telah memenuhi persyaratan sebagai mahasiswa yang telah ditetapkan oleh Universitas. Mahasiswa juga tidak terlepas dengan masa modernisasi yang berarti suatu proses transformasi besar masyarakat, suatu perubahan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, istilah yang paling spektakuler dalam suatu masyarakat meliputi perubahan teknik-teknik produksi dari cara-cara tradisional ke cara-cara modern (Diana & Sarmini, 2016:677)

Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa masyarakat terutama mahasiswa mempunyai perubahan secara global dari tradisional menuju ke modern. Dari masa modernisasi tidak menutup kemungkinan seorang mahasiswa mulai merubah gaya hidupnya sesuai dengan berbagai perubahan yang terjadi di masa tersebut dengan tujuan pencarian jati diri dengan adanya gaya hidup yang berbeda atau bahkan berubah dari sebelumnya, hal tersebut sebagai ciri khas tersendiri.

Kebutuhan mahasiswa terdiri dari beraneka ragam macam kebutuhan, misalnya alat tulis, buku paket kuliah, alat transportasi ke kampus baik kendaraan pribadi atau kendaraan umum, serta berbagai kebutuhan yang di perlukan sebagai penunjang di masa perkuliahan yang tentunya ada pengeluaran biaya yang tidak sedikit di balik kebutuhan tersebut. Pemenuhan kebutuhan memang sangatlah penting agar seseorang menjadi selaras dengan lingkungan di sekitarnya. Menurut Rania (2018: 1) dalam Asmita & Erianjoni (2019:92) keputusan mahasiswa dalam mengkonsumsi suatu barang juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi mahasiswa, yang meliputi usia kehidupan ekonomi, gaya hidup, gengsi, dan konsep diri yang berbeda pada setiap mahasiswa menyebabkan bedanya persepsi akan informasi yang didapat dari media.

Membeli sesuatu barang kebutuhan bukanlah masalah karena sudah menjadi hal yang wajar dalam kehidupan sehari-hari, selama membeli itu bersifat primer dalam arti membeli kebutuhan pokok. Misalnya, membeli sepatu untuk menunjang kebutuhan mahasiswa. Tetapi yang menjadi permasalahannya jika mahasiswa menggunakan cara pemenuhan kebutuhan lebih terdorong ke pola perilaku konsumtif.

Gaya hidup konsumen, khususnya seorang mahasiswa tidak terlepas dari bagaimana cara menghabiskan waktunya yang berdominan dengan menghabiskan uang dan perilaku modernisasi sebagai pengikut *trend fashion* yang nantinya akan membuat gaya hidup yang berubah dan dapat dijadikan sebagai identitas dari dirinya sendiri.

Menurut Pulungan & Febriaty (2018:105) gaya hidup konsumen adalah gambaran perilaku konsumen yang terkait dengan bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimiliki. Menurut Suwarman, (2011:2) sifat dari gaya remaja selalu mencari yang terbaik, menginginkan sesuatu barang dengan harga terendah dengan kualitas terbaik, selalu menawar, ingin memiliki atau membeli, menginginkan layanan yang cepat, selalu membandingkan, selalu memilih, menyukai potongan harga atau diskon, rela mengeluarkan uang banyak demi barang yang diinginkan, menyukai merek-merek tertentu dan rela membeli barang dengan kualitas nomor dua asalkan dengan merek terkenal.

Fashion memang sering dilibatkan dengan busana maupun pakaian namun, *fashion* memiliki arti luas yang tidak selalu berkaitan dengan busana maupun pakaian. *Fashion* juga dapat dilibatkan mengenai selera makan, hiburan, barang-barang konsumsi yang dikategorikan sebagai sesuatu yang sedang *trend*. Menurut Umboh, Mananneke & Samadi, (2018:1638-1647) istilah *fashion* sering digunakan dalam arti positif yaitu sebagai sinonim untuk *glamour*, keindahan dan gaya atau *style* yang terus mengalami perubahan dari masa ke masa. Jadi dapat diartikan bahwasannya *fashion* melibatkan nilai keindahan dan gaya dan

perkembangannya meningkat secara terus menerus yang kemudian dapat diikuti oleh banyak orang yang menjadikannya *trend* baik itu berupa busana, hiburan, dan barang-barang konsumsi.

Beberapa tahun ini *trend fashion* memang sangat berkembang pesat dari *trend fashion* yang bersifat muslimah maupun non muslimah. Pada *trend* muslimah saat ini menampilkan dengan berbagai macam *styling* seperti, busana gamis, kulot, rok plisket payung, rok tutu skrit sampai dengan hijab *bella square*. Pada jenis-jenis busana tersebut memang sangat cocok untuk di padu padankan. Sedangkan, busana non muslim juga tidak kalah dengan busana muslimah. Di dalam *trend* busana non muslimah juga terdapat beraneka ragam *styling* seperti tunik, *peasant top*, *overalls*, *cardigan*, celana joger, dan masih banyak lainnya yang memang sangat serasi dan menambah nilai keindahan bagi para pemakai khususnya menjadi poin penting terhadap gaya hidup dan kebutuhan mahasiswa baik berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan.

Wahidah (2013:2) menyatakan bahwa pola perilaku konsumtif yang dimaksud yakni adalah pola pembelian dan pemenuhan kebutuhan yang lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan dan cenderung dikuasai oleh hasrat keduniawian dan kesenangan semata. Jika dikaitkan dengan contoh sebelumnya, membeli sepatu untuk menunjang kebutuhan mahasiswa merupakan hal yang wajar karena memang seorang mahasiswa harus memakai sepatu tapi seandainya, jika membeli sepatu karena mengikuti *trend* yang ketika *trend* tersebut berganti dan sepatunya juga ganti bahkan membeli sepatu dengan harga

yang relatif tinggi. Seharusnya sebagai mahasiswa lebih bijak dalam penggunaan uang dan membeli barang-barang yang dibutuhkan.

Keinginan untuk membeli barang sering dilibatkan dengan adanya mengikuti teman dengan *mode* yang berkembang, iklan di televisi maupun di media sosial yang nantinya akan memberikan rayuan-rayuan, serta mengikuti rasa gengsi agar tidak tertinggal oleh zaman. Hal ini menjadi peluang bagi produsen untuk terus berinovasi dengan memproduksi produk yang berkualitas sehingga menjadikan produknya sebagai produk incaran para konsumen khususnya mahasiswa, dengan begitu mahasiswa membeli barang bukan berlatar belakang kebutuhan melainkan mengikuti *trend fashion* masa kini sehingga berdampak perilaku konsumtif terhadap mahasiswa, tidak terkecuali pada mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang.

Perguruan Tinggi STIE Widya Gama Lumajang adalah salah satu Perguruan Tinggi di kalangan masyarakat Lumajang yang terletak di Jl. Gatot Subroto No.04 Sukodono Kabupaten Lumajang. Perguruan Tinggi STIE Widya Gama Lumajang sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Lumajang karena Perguruan Tinggi ini sudah banyak dikenal oleh banyak kalangan sehingga menjadikan Perguruan Tinggi yang cukup banyak mahasiswanya dan diminati oleh kalangan muda-mudi yang ingin melanjutkan pendidikannya di jalur perkuliahan. Jumlah mahasiswa di Perguruan Tinggi STIE Widya Gama Lumajang \pm 1000 orang, dengan adanya jumlah mahasiswa yang cukup besar maka tidak dimungkinkan banyak gaya hidup dan *trend fashion* yang berbeda-beda. Ketika adanya keterkaitan gaya hidup dan *trend fashion* yang berbeda-beda, maka akan berimbas terhadap perilaku

konsumtif mahasiswa. Menurut Asmita & Arianjoni (2019:92) menyatakan bahwa keputusan mahasiswa dalam mengkonsumsi suatu barang juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi mahasiswa, yang meliputi usia kehidupan ekonomi, gaya hidup, gengsi, dan konsep diri yang berbeda pada setiap mahasiswa menyebabkan bedanya persepsi akan informasi yang didapat dari media. Secara tidak langsung, untuk memenuhi semua tuntutan mendapatkan penampilan yang menarik, individu akan menerapkan gaya hidup konsumtif guna mendapatkan pakaian dan asesoris untuk mendukung mendapatkan penampilan yang diharapkan sehingga harga dirinya menjadi positif (Diana & Sarmini, 2016:677-692).

Terdapat beberapa penelitian terdahulu mengenai gaya hidup dan *trend fashion* terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Nurul Wahidah (2013), yang berjudul “Pengaruh Perilaku Konsumtif terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan”, hasil penelitian menunjukkan bahwa dari analisis data menunjukkan terdapat pengaruh perilaku konsumtif terhadap gaya hidup mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP Untan.

Dola Asmita & Erianjoni (2019), dengan judul “Perilaku Konsumtif Mahasiswi dalam Mengikuti *Trend Fashion* Masa Kini (Studi Kasus Mahasiswi Sosiologi FIS UNP)”, hasilnya adalah perkembangan *trend fashion* zaman sekarang memberikan dampak yang sangat besar terhadap perilaku konsumtif mahasiswi yang masih berada pada tahap remaja akhir.

Riski Puryasari (2019), penelitian yang berjudul “Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi

STKIP PGRI Tulungagung”, hasil penelitian adalah perilaku konsumtif mahasiswi dipengaruhi oleh gaya hidup, sedangkan untuk literasi ekonomi tidak mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswi Program Pendidikan Ekonomi di STKIP PGRI Tulungagung.

Latifah Novitasani & Pambudi Handoyo (2014), berjudul “Perubahan Gaya Hidup Konsumtif pada Mahasiswa Urban di UNESA”, hasilnya adalah penelitian ini Dari hasil dan pembahasan pada penelitian ini, dapat di simpulkan bahwa perubahan yang terjadi pada informan adalah gaya hidup meliputi cara berpakaian yang cenderung memilih produk branded, kebiasaan nongkrong, dan gaya bahasa yang cenderung logat bahasa Surabaya.

Nurita Dewi, Rusdarti & St. Sunarto (2017), penelitian yang berjudul “Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”, hasil penelian menunjukkan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh negatif kepada perilaku konsumtif, teman sebaya berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, pengendalian diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, dan literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan fenomena yang terjadi serta penelitian di atas peneliti akan melakukan penelitian serta pengkajian tentang perilaku konsumtif mahasiswa dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup dan *Trend Fashion* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang”.

1.2. Batasan Masalah

Untuk memudahkan pembahasan dalam penelitian ini, maka diperlukan batasan masalah agar terhindar dari adanya pembahasan dan persepsi yang berbeda dari pembaca. Adapun batasan masalahnya sebagai berikut :

- a. Bidang penelitian ini adalah bidang perilaku konsumen yang membahas tentang pengaruh gaya hidup dan *trend fashion* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang.
- b. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa prodi Manajemen kelas A (pagi) tingkat satu di STIE Widya Gama Lumajang.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan di latar belakang, maka perumusan masalah ini adalah :

- a. Apakah terdapat pengaruh gaya hidup yang signifikan terhadap perilaku konsumtif, pada mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang ?
- b. Apakah ada pengaruh *trend fashion* yang signifikan terhadap perilaku konsumtif, pada mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang ?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang sudah tertera di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh gaya hidup yang signifikan terhadap perilaku konsumtif, pada mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang.
- b. Untuk memahami pengaruh *trend fashion* yang signifikan terhadap perilaku konsumtif, pada mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada beberapa pihak yang berkepentingan dengan penelitian ini, diantaranya :

a. Manfaat Praktis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dalam pemahaman dan pengembangan pengetahuan tentang pengaruh gaya hidup dan *trend fashion* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
- 2) Sebagai bahan referensi pengetahuan yang berhubungan tentang gaya hidup dan *trend fashion* terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

b. Manfaat Teoritis

1) Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan dan sebagai sarana implementasi ilmu Manajemen Pemasaran yang telah diperoleh khususnya tentang perilaku konsumen yang berkaitan dengan pengaruh gaya hidup dan *trend fashion* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

2) Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dapat menjadi salah satu rujukan untuk melakukan penelitian di masa yang akan datang.