

Analisis Hubungan Gaya Hidup Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Negeri Medan

Youlia Opita Sibuea ¹, youliaopita@gmail.com, Universitas Negeri Medan

Sani Susanti ², susanti.sani@gmail.com, Universitas Negeri Medan

Amalia Paska Sitorus ³, amelsitorus378@gmail.com, Universitas Negeri Medan

Imely Patrica K Banjarnahor ⁴, imelybanjarnahor@gmail.com, Universitas Negeri Medan

Icha Angel Purba ⁵, ichaangel199@gmail.com, Universitas Negeri Medan

ARTIKEL INFORMATION	ABSTRACT
Received: 2025-12-12	<p><i>Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan gaya hidup dengan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Medan. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan empat mahasiswa dari fakultas berbeda sebagai subjek penelitian. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian divalidasi menggunakan teknik triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup modern yang dipengaruhi media sosial, tren fashion, serta lingkungan pergaulan berkontribusi signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa yang cenderung mengikuti tren memiliki kecenderungan lebih tinggi melakukan pembelian impulsif, terutama terkait produk non-esensial. Faktor internal seperti motivasi hedonis dan self-image, serta faktor eksternal seperti pengaruh teman sebaya, influencer, dan promosi digital, turut memperkuat pola konsumsi berlebihan. Penelitian ini menegaskan adanya hubungan yang bermakna antara gaya hidup dan tingkat perilaku konsumtif mahasiswa.</i></p>
Accepted: 2025-12-15	
Published: 2025-12-18	
<p>Kata Kunci: <i>gaya hidup, perilaku konsumtif, mahasiswa, media sosial, konsumsi generasi muda.</i></p> <p>Keywords: <i>lifestyle, consumptive behavior, university students, social media, youth consumption.</i></p>	

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk pola hidup, pola komunikasi, serta pola konsumsi masyarakat modern. Mahasiswa sebagai kelompok usia produktif merupakan segmen yang paling responsif terhadap perubahan teknologi dan tren gaya hidup. Kehadiran media sosial, *marketplace*,

serta berbagai platform digital telah menciptakan budaya konsumsi baru yang semakin kompleks dan dinamis. Gaya hidup modern yang terbentuk melalui interaksi intensif dengan media digital mendorong mahasiswa untuk lebih sering terlibat dalam aktivitas konsumtif, tidak hanya dalam bentuk pembelian barang-barang non-esensial, tetapi juga dalam penggunaan layanan digital yang berlebihan.¹

Media sosial memainkan peran penting dalam membentuk persepsi mahasiswa mengenai gaya hidup ideal. Konten visual yang menampilkan tren fashion terkini, produk skincare, dekorasi estetik, tempat nongkrong kekinian, hingga kuliner viral secara tidak langsung menciptakan standar sosial baru yang ingin dicapai oleh mahasiswa. Kemunculan influencer, selebgram, dan TikTokers semakin memperkuat pola konsumsi ini, karena mahasiswa seringkali menjadikan figur-figur tersebut sebagai rujukan dalam menentukan pilihan gaya hidup. Fenomena ini sejalan dengan konsep *symbolic consumption*, di mana individu membeli barang bukan karena fungsi utamanya, tetapi karena nilai simbolik seperti citra diri, status sosial, dan identitas kelompok.²

Di sisi lain, kemudahan akses marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop turut mempercepat proses konsumsi. Fitur-fitur seperti *flash sale*, *gratis ongkir*, *checkout satu klik*, dan metode pembayaran PayLater membuat mahasiswa semakin mudah melakukan pembelian impulsif. Hal ini selaras dengan teori *behavioral economics* yang menjelaskan bahwa pengambilan keputusan konsumen sering kali dipengaruhi oleh stimulus emosional, bukan rasionalitas. Mahasiswa yang melihat promo atau diskon besar cenderung merasa “rugi” jika tidak membeli, meskipun barang tersebut tidak benar-benar dibutuhkan.

Perilaku konsumtif tersebut kemudian berdampak pada pola manajemen keuangan mahasiswa. Banyak mahasiswa mengalami kesulitan mengatur uang saku, kurang mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta cenderung mengabaikan perencanaan finansial jangka panjang. Kecenderungan membeli barang-barang viral, nongkrong berlebihan, atau

¹ Muhammad Faisal, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Pontianak,” *Journal on Education* 7, no. 1 (2024): 6255–60.

² Andari Rahmi Pratiwi, “Media Sosial dan Pembentukan Gaya Hidup Generasi Z,” *Jurnal Komunikasi Digital* 5, no. 2 (t.t.): 112–23.

mengikuti tren tertentu dapat menyebabkan pengeluaran yang tidak terkontrol.³

Oleh sebab itu, penelitian mengenai hubungan antara gaya hidup dan perilaku konsumtif mahasiswa menjadi relevan dan penting untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman komprehensif mengenai faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pola konsumsi mahasiswa, terutama pada era digital. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai dasar untuk memberikan rekomendasi terkait pengelolaan keuangan pribadi yang lebih bijak, penguatan literasi finansial, serta kesadaran mahasiswa dalam mengendalikan konsumsi berlebihan. Dengan memahami hubungan antara gaya hidup dan perilaku konsumtif, perguruan tinggi dan pihak terkait dapat merancang intervensi yang lebih efektif untuk mendorong mahasiswa mengembangkan kebiasaan finansial yang sehat dan bertanggung jawab.

KAJIAN TEORI

Kajian teori dalam artikel ini disusun bukan semata-mata untuk menjelaskan konsep-konsep dasar mengenai gaya hidup dan perilaku konsumtif, tetapi juga untuk membangun kerangka analitis yang menempatkan penelitian ini dalam konteks keilmuan perilaku konsumen modern. Mengingat penelitian ini berfokus pada hubungan gaya hidup dengan perilaku konsumtif mahasiswa, maka pembahasan teoritis menjadi penting untuk memahami bagaimana pola hidup, lingkungan sosial, dan media digital membentuk cara mahasiswa menentukan pilihan konsumsi.

Oleh karena itu, kajian teori ini diawali dengan uraian mengenai hakikat gaya hidup sebagai fenomena sosial pada mahasiswa. Selanjutnya, konsep perilaku konsumtif dibahas secara lebih mendalam untuk melihat bagaimana faktor internal maupun eksternal memengaruhi pola konsumsi. Pembahasan juga meninjau teori-teori pendukung yang menjelaskan hubungan antara gaya hidup dan perilaku konsumtif di era digital. Dengan demikian, kajian teori ini tidak hanya berfungsi sebagai dasar konseptual, tetapi juga sebagai instrumen

³ T. Suryani, *Perilaku Konsumen di Era Digital* (Jakarta: Salemba Empat, 2020).

yang menghubungkan teori dengan realitas empiris yang ditemukan dalam penelitian.

1. Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan cara individu mengekspresikan diri melalui aktivitas, minat, dan opini yang tampak dalam kehidupan sehari-hari. Gaya hidup mencerminkan pola hidup seseorang yang diwujudkan melalui bagaimana ia menggunakan waktu, uang, dan memilih aktivitas tertentu. Pada mahasiswa, gaya hidup sering kali dipengaruhi oleh tren, media sosial, dan lingkungan pergaulan.

Gaya hidup mahasiswa tidak bersifat tunggal, melainkan terbentuk dari berbagai pilihan seperti cara berpakaian, aktivitas nongkrong, mengikuti tren fashion, hingga penggunaan platform digital. Dalam konteks kampus, gaya hidup juga menjadi sarana untuk membangun identitas diri dan diterima dalam kelompok sosial tertentu. Dengan demikian, gaya hidup mahasiswa bukan hanya persoalan kebiasaan, tetapi juga bagian dari respon mereka terhadap perkembangan budaya populer dan teknologi.⁴

2. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merujuk pada kecenderungan membeli barang atau jasa yang tidak berdasarkan kebutuhan nyata, tetapi lebih karena dorongan emosional, sosial, atau keinginan mengikuti tren. Sumartono menjelaskan bahwa perilaku konsumtif muncul ketika seseorang menjadikan pembelian sebagai cara untuk menunjukkan citra diri atau status sosial. Pada mahasiswa, perilaku konsumtif terlihat dari kebiasaan membeli barang viral, sering melakukan *checkout* impulsif, hingga memanfaatkan PayLater meskipun kondisi finansial terbatas.⁵

Di era digital, perilaku konsumtif semakin diperkuat oleh media sosial. Rekomendasi influencer, iklan personalisasi, dan konten review produk dapat menimbulkan persepsi bahwa suatu barang “harus dimiliki”. Hal ini membuat mahasiswa lebih rentan melakukan pembelian impulsif tanpa mempertimbangkan kebutuhan atau kemampuan keuangan.

⁴ M. Arrezqi, “Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa,” *Syntax Idea* 6, no. 7 (2024).

⁵ Sumartano, *Perilaku Konsumtif: Penyebab dan Dampaknya* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012).

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

a. Faktor Internal

Faktor internal berkaitan dengan dorongan dalam diri mahasiswa. Beberapa aspek penting di antaranya

- 1) Keinginan mengikuti tren, terutama dalam fashion, skincare, dan kuliner.
- 2) Motivasi hedonis, yaitu mencari kesenangan dan kenyamanan melalui belanja.
- 3) Citra diri, di mana mahasiswa ingin terlihat *up-to-date*, rapi, atau estetik.
- 4) Emosi, seperti stres atau kejenuhan yang membuat mahasiswa membeli barang sebagai bentuk pelampiasan.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal berasal dari luar diri mahasiswa, seperti

- 1) Teman sebaya, yang memengaruhi pilihan konsumsi melalui tekanan sosial maupun kebiasaan kelompok.
- 2) Media sosial, terutama TikTok dan Instagram yang menampilkan tren dan rekomendasi produk.
- 3) Marketplace, dengan fitur diskon, flash sale, dan PayLater yang memicu pembelian impulsif.
- 4) Lingkungan kampus, seperti keberadaan kafe atau toko yang memudahkan mahasiswa melakukan konsumsi.⁶

4. Hubungan Gaya Hidup dengan Perilaku Konsumtif

Gaya hidup dan perilaku konsumtif memiliki hubungan yang saling berkaitan. Mahasiswa yang menjalani gaya hidup modern misalnya aktif mengikuti tren, sering nongkrong, dan intens menggunakan media social. Sebaliknya, mahasiswa dengan gaya hidup lebih sederhana menunjukkan pola konsumsi yang lebih terkontrol.

Dalam konteks digital, gaya hidup yang terbentuk dari paparan media sosial sering kali mendorong adanya kebutuhan semu (*perceived need*) yang membuat mahasiswa merasa harus membeli barang tertentu untuk memenuhi standar sosial. Dengan demikian, gaya hidup berperan sebagai pemicu sekaligus indikator tingkat perilaku konsumtif mahasiswa.⁷

⁶ Arrezqi, "Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa."

⁷ Arrezqi, "Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa."

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memberikan gambaran mendalam mengenai hubungan antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Medan.⁸ Pendekatan deskriptif kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemahaman fenomena sosial secara alami, tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggali pengalaman, persepsi, dan kebiasaan konsumsi mahasiswa secara langsung sehingga menghasilkan data yang lebih detail dan kontekstual.

Subjek penelitian terdiri atas Tiga mahasiswa dari fakultas yang berbeda, yaitu Fakultas Ilmu Sosial, Fakultas Bahasa, dan Fakultas Teknik. Pemilihan subjek dilakukan secara purposive, yakni dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan fokus penelitian, seperti mahasiswa yang aktif menunjukkan variasi gaya hidup. Penelitian dilakukan di lingkungan Universitas Negeri Medan, termasuk area kampus dan fasilitas pendukung di sekitarnya yang berkaitan dengan aktivitas konsumtif mahasiswa.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu wawancara semi-terstruktur, observasi lapangan, dan studi dokumentasi. Dengan demikian, peneliti dapat mengeksplorasi alasan mahasiswa mengikuti gaya hidup tertentu, motif di balik perilaku konsumtif, serta persepsi mereka terhadap manajemen keuangan pribadi. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti menyeleksi, menyederhanakan, dan mengelompokkan data wawancara, observasi, dan dokumentasi berdasarkan tema gaya hidup dan perilaku konsumtif.⁹

HASIL & PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan empat mahasiswa Universitas Negeri Medan yang berasal dari Fakultas Ilmu Sosial, Bahasa, dan Teknik. penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup mahasiswa memiliki hubungan yang kuat dengan perilaku konsumtif mereka. Temuan di lapangan

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 4 ed. (Bandung: Alfabeta, 2019).

⁹ Rukin, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Takalar: Yayasan Ahmar Cendikia Indonesia, 2019).

memperlihatkan bahwa mahasiswa yang mengikuti tren fashion, aktif menggunakan media sosial, serta rutin melakukan aktivitas nongkrong cenderung menunjukkan perilaku konsumtif yang lebih tinggi. Sebaliknya, mahasiswa dengan gaya hidup sederhana dan kontrol finansial yang baik memperlihatkan tingkat konsumsi yang lebih terkendali.¹⁰

Secara umum, pola konsumsi mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan fungsional, tetapi juga oleh faktor sosial, emosional, dan digital.¹¹ Hal ini tampak dari pengakuan responden yang mengaku sering membeli barang karena tren, rekomendasi teman, maupun pengaruh influencer di media sosial. Beberapa mahasiswa menyampaikan bahwa keputusan membeli suatu barang tidak selalu didasarkan pada kebutuhan nyata, melainkan karena dorongan ingin tampil sesuai tren atau mengikuti gaya hidup teman sebaya. Kondisi ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif pada mahasiswa bersifat multidimensional, melibatkan motif psikologis, sosial, dan lingkungan.¹²

Dari sisi gaya hidup, mahasiswa seperti Rani dan Mawar memperlihatkan kecenderungan gaya hidup modern dan konsumtif, yang tercermin dari kebiasaan mengikuti tren fashion, membeli skincare terbaru, dan sering mengunjungi kafe setelah perkuliahan. Penggunaan media sosial menjadi faktor dominan yang membentuk preferensi gaya hidup mereka. Sementara itu, Melisa dan Desi menunjukkan gaya hidup yang lebih sederhana, dengan pola konsumsi yang diarahkan pada kebutuhan dan prioritas tertentu. Perbedaan ini menunjukkan bahwa gaya hidup mahasiswa tidak bersifat homogen, melainkan dipengaruhi oleh kepribadian, kontrol diri, serta tingkat paparan terhadap budaya digital.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh beberapa faktor eksternal, khususnya media sosial, lingkungan pergaulan, dan kemudahan akses marketplace seperti Shopee, TikTok Shop, dan berbagai layanan PayLater. Promo flash sale, gratis

¹⁰ P. Rahmayani dkk., "Pengaruh Literasi Keuangan dan Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Politeknik Negeri Tanah Laut," *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi* 9, no. 4 (2025): 3475–84.

¹¹ N. Wulandari, "Manajemen dan Pengembangan Tenaga Pendidik di Lembaga Pendidikan Islam," *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam: ARIPAFI*, 2023.

¹² Rahmayani dkk., "Pengaruh Literasi Keuangan dan Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Politeknik Negeri Tanah Laut."

ongkir, dan diskon berkala terbukti menjadi pemicu kuat timbulnya impulsive buying.¹³

Dari perspektif hubungan antara gaya hidup dan perilaku konsumtif, data penelitian memperlihatkan bahwa mahasiswa yang mempraktikkan gaya hidup modern, hedonis, atau digital menunjukkan tingkat konsumsi yang jauh lebih tinggi. Mereka cenderung membeli barang-barang non-esensial seperti fashion trendy, skincare viral, makanan kekinian, serta aksesoris digital. Sebaliknya, gaya hidup minimalis atau gaya hidup sederhana mengarahkan mahasiswa pada perilaku konsumsi yang lebih rasional dan terkontrol. Dengan demikian, gaya hidup dapat dipahami sebagai variabel yang berpengaruh terhadap pola konsumsi mahasiswa, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Meskipun perilaku konsumtif memiliki sisi positif berupa meningkatkan kepercayaan diri dan membuka ruang interaksi sosial, namun hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumsi berlebihan berpotensi menimbulkan masalah keuangan, penggunaan PayLater secara tidak terkontrol, hingga kesulitan dalam mengatur prioritas pengeluaran. Beberapa mahasiswa mengaku menyadari bahwa kebiasaan konsumtif tersebut berdampak pada kondisi finansial mereka, khususnya ketika pembelian dilakukan karena dorongan emosional dan tren media sosial.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup mahasiswa Unimed berperan penting dalam membentuk perilaku konsumtif mereka. Nilai-nilai estetika, tren digital, tuntutan lingkungan sosial, serta budaya kampus berkontribusi dalam membentuk cara mahasiswa memaknai konsumsi. Walaupun implementasi kontrol konsumsi masih beragam di antara mahasiswa, temuan ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk meningkatkan literasi keuangan dan kesadaran akan manajemen konsumsi yang sehat.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang jelas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Medan. Mahasiswa yang mengikuti tren, aktif di media sosial, dan sering melakukan aktivitas seperti belanja online atau nongkrong, cenderung memiliki perilaku

¹³ Wulandari, "Manajemen dan Pengembangan Tenaga Pendidik di Lembaga Pendidikan Islam."

konsumtif yang lebih tinggi. Sebaliknya, mahasiswa dengan gaya hidup sederhana lebih mampu mengontrol pengeluaran.

Faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif tidak hanya berasal dari diri sendiri, tetapi juga dari pengaruh teman sebaya, media sosial, serta promosi marketplace. Kebiasaan membeli barang-barang non-esensial seperti fashion, skincare, dan makanan viral menjadi bukti bahwa konsumsi mahasiswa banyak dipengaruhi tren dan keinginan, bukan kebutuhan.

Secara umum, penelitian ini menyimpulkan bahwa gaya hidup modern dan digital berperan besar dalam membentuk pola konsumsi mahasiswa. Oleh karena itu, mahasiswa perlu meningkatkan kesadaran untuk mengelola keuangan secara lebih bijak agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif berlebihan.

DAFTAR PUSTAKA

Arrezqi, M. "Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Syntax Idea* 6, no. 7 (2024).

Faisal, Muhammad. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Pontianak." *Journal on Education* 7, no. 1 (2024): 6255–60.

Pratiwi, Andari Rahmi. "Media Sosial dan Pembentukan Gaya Hidup Generasi Z." *Jurnal Komunikasi Digital* 5, no. 2 (t.t.): 112–23.

Rahmayani, P., R. Nurmaliana, V. Laoli, dan R. A. Setianda. "Pengaruh Literasi Keuangan dan Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Politeknik Negeri Tanah Laut." *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi* 9, no. 4 (2025): 3475–84.

Rukin. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Takalar: Yayasan Ahmar Cendikia Indonesia, 2019.

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 4 ed. Bandung: Alfabeta, 2019.

Sumartano. *Perilaku Konsumtif: Penyebab dan Dampaknya*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.

Suryani, T. *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Jakarta: Salemba Empat, 2020.

Youlia Opita Sibuea, Sani Susanti, Amalia Paska Sitorus, Imely Patrica K Banjarnahor, Icha Angel Purba :
Analisis Hubungan Gaya Hidup Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Negeri Medan

Wulandari, N. "Manajemen dan Pengembangan Tenaga Pendidik di Lembaga Pendidikan Islam." *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam: ARIPAFI*, 2023.